

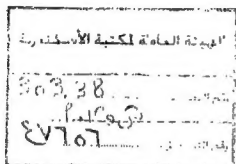
اشكاليات قياس الرأي العام

مصر نموذجاً

ومان



اشكاليات قياس الرأي العام



دكتور

محمد شومان

١٩٩٩

رقم الإيداع : ٩٩/١٥٣٩٠
الترقيم الدولى : X-١٠٥-٢٨٧-٩٧٧

• تم تجهيز وإخراج هذا الكتاب بمعرفة
قسم التجهيزات الفنية لدار الكتب العلمية
الإشراف:
• جمال خليفة • محمد حسنى

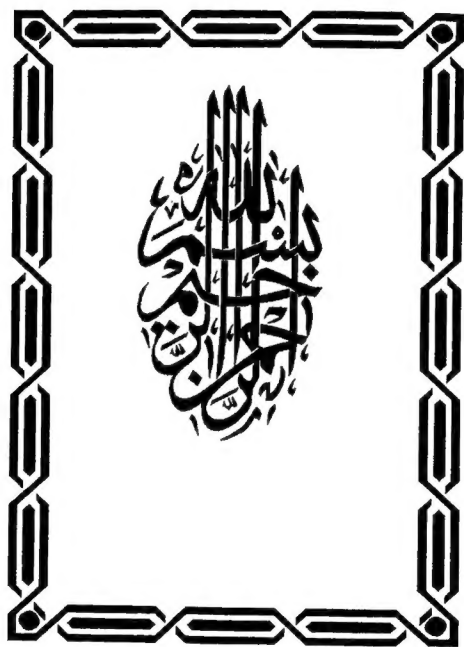
© حقوق النشر والطبع والتوزيع محفوظة لدار الكتب العلمية للنشر والتوزيع - ١٩٩٩

لا يجوز نشر جزء من هذا الكتاب أو إعادة طبعه أو اختزان مادته العلمية أو
نقله أو نسخة بأى طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميكانيكية أو بالتصوير أو خلاف
ذلك دون موافقة خطيه من الناشر مقدماً .

دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع

٥٠ شارع الشيخ ربحان - الدود الأول - شقة ١٢

علايدى القاهرة ٣٥٥٤٢٢٩



المقدمة

لا يوجد اتفاق بين الباحثين والممارسين في مجالات الرأي العام حول مفهوم الرأي العام أو عمليات تكوينه وتوجيهه أو طرق وأساليب قياسه، وربما يرجع ذلك إلى الطبيعة المركبة والمعقدة لعمليات تكوين وظهور الرأي العام وتأثيره، حيث يخضع للكثير من العوامل والمؤثرات الفردية والاجتماعية، والثقافية والإعلامية والاقتصادية.

على أن الطبيعة المركبة لعمليات الرأي العام قد جعلت من دراستها مجالاً مشتركاً لاهتمامات وعمل باحثين وممارسين من كافة التخصصات في العلوم الاجتماعية، كعلم النفس والاجتماع والإعلام والسياسية والاقتصاد والإدارة. ومع تعدد وتنوع تلك التخصصات تعددت محاولات تحديد ماهية الرأي العام، والعوامل المؤثرة في تكوينه وطرق وأساليب قياسه، ومن ثم ترسخت حقيقة اختلاف وتباين الأطر النظرية الخاصة بالرأي العام وعملياته المختلفة.

ويمكن القول أن هذا الاختلاف والتباين أصبح ظاهرة مألوفة ومتداولة في كثير من مجالات العلوم الاجتماعية، مما يقلل من دقتها مقارنة بالعلوم الطبيعية، إلا أنه يكسبها ثراء وتنوعاً قد يساعدها على التطور نحو صياغات نظرية تماثل أو تقترب من دقة العلوم الطبيعية.

وبينما تسير بعض فروع أو مجالات العلوم الاجتماعية على طريق التطور، نجد فروعاً أخرى ما تزال متعثرة، لعل في مقدمتها حقل دراسات وبحوث الرأي العام، الذي لم يقدر للباحثين فيه - من مختلف التخصصات

- بذل جهود نظرية كافية لفهم أسباب اختلاف وتباين محاولات تحديد مفهوم الرأي العام والوقوف على عملياته المختلفة، حيث شغل الباحثون والممارسون في مجالات الرأي العام بالجوانب العملية عن الجوانب النظرية، وحدث تطور كبير في مجال قياس الرأي العام، أفضى إلى ظهور مهنة وصناعة استطلاعات الرأي العام، غير أن كل ذلك لم يواكبه تطور مماثل في صياغة أطر نظرية تساعد في فهم وتحليل الرأي العام وعمليات تكوينه وتشكيله وآليات تأثيره في المجتمع.

وفي ظل محدودية الأطر النظرية وعدم الاتفاق عليها من ناحية، وتطور الجوانب والرضا النسبي عن نتائجها من ناحية أخرى ظهرت حالة من الارتباك والتخبط في الدراسات التي اهتمت بموضوعات الرأي العام، كما انتشرت بين الباحثين مداخل وأطر نظرية جزئية محدودة جعلت كل باحث ينظر للرأي العام ويهتم بدراسته من زاوية تخصصه الضيق، ومن ثم غاب المدخل التكاملي Interdisciplinary approach وسادت مداخل ورؤى نظرية قاصرة. ومثل هذا الوضع يضاعف من حالة الارتباك والغموض المحيطة بحقل الرأي العام وموضوعاته المختلفة.

وللخروج من هذه الحالة ثمة حاجة ملحة إلى إنجاز مهمتين:-

الأولى: تحديد النماذج الإرشادية التي تقف خلف الكتابات والأطر النظرية التي ظهرت في حقل الرأي العام.

الثانية: إجراء مزيد من البحوث والدراسات النظرية والميدانية بهدف اختبار ما لدينا من أطر نظرية خاصة بعمليات الرأي العام وقياسه. علي أن تعتمد تلك الدراسات والبحوث على المدخلين التكاملي،

والثقافي المقارن، حتى يمكن الاستفادة من إسهامات علوم وتخصصات مختلفة، مع مراعاة التنوع والتعدد الثقافي بين المجتمعات، الذي يؤثر في عمليات الرأي العام وقياسه.

ويطلب إنجاز المهمتين السابقتين تعاون فرق بحثية من مجالات وتخصصات مختلفة، مع إجراء سلسلة بحوث ودراسات عبر مجتمعية، تغطي كافة جوانب ومظاهر الرأي العام، في هذا السياق تحاول هذه الدراسة في الفصل الأول منها المساهمة في إنجاز المهمة الأولى، أي تحديد النماذج الإرشادية السائدة في دراسات الرأي العام، بينما تسعى الدراسة في الفصلين الثاني والثالث إلى إجراء مناقشة نظرية لأشكاليات قياس الرأي العام خاصة في دول الجنوب، مع التطبيق على بعض استطلاعات الرأي والرأي العام التي أجريت في مصر، كنموذج لبعض المحاولات التي تبذل في دول الجنوب لتترييف الرأي العام، أو استغلال اسمه وتوظيفه سياسياً تحت عنوان قياس الرأي العام.

واعتقد أن مناقشة أشكاليات قياس الرأي العام استناداً إلى خبرة بحوث ومراكز استطلاعات الرأي العام في الولايات المتحدة وأوروبا، بالإضافة إلى مناقشة تلك الإشكاليات في ضوء بعض التجارب المصرية لاستطلاع الرأي قد يساعد في تطوير فهم مقارن لأشكاليات قياس الرأي العام، بين دول الشمال والجنوب، ومدى دقة وموضوعية أساليب القياس، الأمر الذي قد يفيد في فهم وتحليل ظاهرة الرأي العام وقياسه من ناحية، وإنجاز مهمة اختبار المفاهيم والأطر النظرية السائدة في حقول دراسات الرأي العام من ناحية ثانية.

ففي الأخير لعل جودة هذا العمل تقيد الباحثين والمهتمين
بموضوعات الرأي العام، من أبناء أمتنا العربية، ولعل جودة الموضوع
وصعوبته تشفع للباحث فيما وقع فيه من أخطاء أو تقصير.

د. محمد شومان



الفصل الأول

الرأي العام.. مدخل نظري

الفصل الأول

الرأي العام .. مدخل نظري

ترجع المسلمات والمفاهيم والأطر النظرية، التي ظهرت في حقل دراسة الرأي العام وقياسه، إلى واحد أو أكثر من أربعة نماذج إرشادية أساسية هي النموذج المعرفي The cognitive paradigm، والنموذج الوظيفي Fun cional، ونموذج للتفاعلية الرمزية والنموذج النقدي.

ويقوم كل نموذج إرشادي من النماذج الأربعة على عدد من المسلمات النظرية التي تختلف عن مسلمات النموذج الآخر ووسائله وأنوائه المنهجية في الرصد والتحليل، ويلاحظ أن مسلمات كل نموذج غير قابلة للاختبار، ولا يستطيع الباحث جمع معلومات ميدانية يمكن من خلالها رفض أو قبول هذه المسلمات، التي تستخدم عادة في توجيه البحث والعمليات العلمية والآثار المترتبة عليها^(١).

ويرجع أصل مصطلح النموذج الإرشادي إلى كلمة لاتينية قديمة كانت تستخدم في الإشارة إلى أسلوب أو طريقة لنموذج يمكن أن يحتذى أو يعارض من خلال القدرة على المقارنة^(٢).

أما الاستخدام المعاصر للمصطلح فقد ارتبط باجتهادات فيلسوف العلم الأمريكي توماس كون Thomas S. Khun، الذي ركز على المجتمع العلمي لا العالم للفرد، وأن العلم يتقدم حين يدرّب العلماء وفق تقليد فكري عام، ويستخدمون هذا التقليد لحل المشكلات التي تواجههم، وأطلق كون على الأفكار التي يتضمنها التقليد العلمي النموذج الإرشادي "paradigm" ثم عدل ذلك إلى المصفوفة العلمية Disciplinary Matrix، وإن كان

المصطلح الأول هو الذي نال الشهرة والذيع، لكن مصطلح النموذج الإرشادي عند كون له أكثر من معني، حتى أن إحدى الباحثات حصرت ٢١ معني مختلفا للمصطلح وردت في الطبعة الأولى من الكتاب، لذلك حاول كون توضيح المقصود بالنموذج الأساسي في إضافة لكتابه ظهرت عام ١٩٦٩، وأشار فيها إلى أنه استخدم المصطلح في الجزء الأعظم من الكتاب بمعنيين مختلفين، فهو من ناحية يعبر عن جماع المعتقدات والقيم المتعارف عليها والتقنيات المشتركة بين أعضاء مجتمع بذاته، ويشير من ناحية أخرى إلى عنصر منفصل في هذا المركب الجامع، وأعني به الطول الواقعية للأفكار التي إذا ما استخدمت كنماذج أو أمثلة يمكن أن تحل محل القواعد الصريحة كأساس لحل الأفكار المثبقة في نطاق العلم القياسي، والمعنى الأول للمصطلح، ولتسمه للمعنى السوسولوجي، أما المعنى الثاني فهو للنماذج الإرشادية باعتبارها أمثلة لإجازات الماضي.. ويمكن القول من الناحية الفلسفية على أقل تقدير، أن المعنى الثاني لمصطلح النموذج الإرشادي هو للمعنى الأعمق فيما يختص بالمعنيين المشار إليهما^(١).

ويري السيد يسين أن كون لم يعرف مفهوم النموذج الإرشادي أو الأساسي تعريفا قاطعا، لكن يمكن اعتباره نظرة محددة للعالم World View مصاغة في شكل نظرية، وقد أصبح المفهوم أداة تحليلية معتمدة في علوم الاقتصاد والسياسة والاجتماع والانثروبولوجيا وعلم النفس للدراسة النقدية للتيارات العلمية المختلفة في هذه العلوم جميعا، حيث لا يستطيع الباحث أن يمارس بحثه بطريقة منهجية بغير أن يلم بالخريطة الفكرية التي تسود للعالم، وهذه الخريطة تشمل في العادة عديدا من الأفكار

والنظريات والآراء والإيديولوجيات المتضاربة، والتي تنطلق عادة من مسلمات فلسفية أو اجتماعية أو اقتصادية معلنة أو كامنة^(٥).

ويمكن القول أن النموذج الإرشادي هو إطار فكري يمكن استخدامه كأداة لتحليل النظريات المعتمدة لدى مجتمع من الباحثين العلميين في عصر بذاته، علاوة على طرق البحث المميزة لتحديد وحل المشكلات العلمية وأساليب فهم الوقائع التجريبية، وتتسم النماذج الأساسية بكونها غير قياسية وحقائقها نسبية^(٦). ومع ذلك فإلها تتسم بثبات نسبي إذ أن التحول في النموذج الإرشادي يحدث كل مئات من السنين، وربما غالباً في فترة أقل، ويساعد هذا التحول العلماء في النظر إلى العالم بطرق جديدة، والعمل تبعاً لهذه الطرق^(٧).



المبحث الأول

تطور دراسة الرأي العام

تختلف دراسة الرأي العام عن الرأي العام كظاهرة عرفتھا المجتمعات البشرية في كل العصور، ووصفھا الكتاب في العصر القديم، والوسيط، وفي بداية الأزمنة الحديثة، إلا أن مصطلح الرأي العام لم يستخدم حتى القرن الثامن عشر^(٨).

وقد شاع استخدام تعبير الرأي العام بدلولة الحديث في خضم الثورة الفرنسية، التي تعتبر - كما أثر الثورات الكبرى - لوفا من ألوان التعبير عن الرأي العام، على أن الرأي العام كان قائما بصورة أو بأخرى على مر العصور. فالرأي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني أينما وجد^(٩).

وترتبط للقياسات النظرية الأولى عن الرأي العام بكل من كارل فون جيرنز دورف Carl von Gersdorff الذي وضع كتابا في النصف الأول من القرن التاسع عشر تحت عنوان "فكرة وطبيعة الرأي العام" وكذلك مؤلف لويس جورج كورنويل Cornwall حول السلطة والرأي العام، ومؤلف فرانزفون هولتزendorff Franz Von Holtzendorff حول طبيعة وقيم للرأي العام^(١٠).

ورغم أهمية هذه الكتابات إلا أن كتاب جيمس برايس James Bryce الكومنولث الأمريكي الصادر عام ١٨٨١ هو البداية الحقيقية للقياسات النظرية المتخصصة في مجال الرأي العام^(١١). وقد عرف برايس الرأي العام، وتقسيماته، ومراحل تكوينه، وعلاقته بالوضع الاجتماعي، والمستوى التعليمي، وتأثيره في السياسة العامة. وأشار إلى

الرأي العام العليبي، وحدد مواصفات قادة الرأي العام، وقارن بين الرأي العام في أمريكا وأوروبا وخاصة إنجلترا، وأثار برليس قضايا ما تزال مطروحة على الباحثين للمعاصرين أهمها عدم امتلاك معظم الأفراد لأيدولوجية متماسكة ومستقلة تحدد آراءهم^(١٢).

وتبع جيمس برليس في الاهتمام بدراسة للرأي العام لورانس لويل A. Lawrence Lowell ، وديساي Dicey، إلا أن إسهام الأخير غلب عليه الطابع القانوني في دراسة علاقة للرأي العام بالقانون، أما لويل فقد ركز على شروط تكوين الرأي العام، وطبيعته والطرق التي يعبر بها عن نفسه، وناقش العلاقة بين الرأي العام ورأي الأغلبية، وميز بين الأقلية المؤثرة والأغلبية غير المؤثرة أو غير الفاعلة، واقترح الاهتمام بشدة intensity الرأي العام، وأكد أن الرأي العام يمكن أن يكون قوة هائلة ذات تأثير حاسم في الديمقراطية، إذا كان حقيقة رأياً عاماً^(١٣).

ومع نهاية الحرب العالمية الأولى ازداد الاهتمام بدراسة موضوعات الرأي العام من جانب علماء في تخصصات علم النفس، وعلم السياسة، وعلم الاجتماع والتاريخ. ومساعد تطور مناهج ولغات للبحث العلمي الاجتماعي على إجراء تجارب وقياسات كان لها بالغ الأثر في صياغة أطر نظرية حول تعريف وطبيعة الرأي العام وعوامل تكوينه وتأثيره، وهو ما انعكس في تبعية وتداخل أغلب المفاهيم والنظريات المتدولة حول الرأي العام لعلم النفس والاجتماع والسياسة، أو بالتحديد المدارس والاتجاهات المختلفة في علم النفس الاجتماعي والاجتماع السياسي.

والفرضية الأساسية التي تطرحها الدراسة هنا أن التطور الكبير في قياسات الرأي العام لم يؤد إلى تطور مماثل في بناء إطار نظري للرأي العام، وبعبارة أخرى لم تولكب جهود التنظير في مجال الرأي العام تطور قياسات للرأي العام، ويمكن القول أن الشعور بنجاح ودقة قياسات الرأي العام قلصت من الاهتمام ببحث الأسس النظرية، وتعكس هذه الظاهرة غلبة الطابع الأمريكي بتوجهاته البرجماتية على قياسات الرأي العام التي نشأت وتطورت في ضوء احتياجات المجتمع الأمريكي ونظامه السياسي.

ولعل ما يدعم فرضية للدراسة إشار فيليبس دافسون Phillips Davison إلى البطء الملحوظ للتقدم في مجال تعيين ماهية الرأي العام، وطبيعته، وكيف يتطور، وكيف يتلاشى، ويرى دافسون أن مقال فلويد البورت Floyd Allport نحو علم للرأي العام - التي نشرت عام ١٩٣٧ - مازال أفضل المقالات النظرية حتى الآن، ويضيف: عندما نستطيع التنبؤ بنتائج الانتخابات، وتقديم المعلومات التي يمكن أن تستخدم لزيادة المبيعات، فإنه لا يصبح هناك شيء مبرر ضئيل للاهتمام بالعمليات التي تؤثر على الاتجاهات والأراء^(١٤).

وكان البورت قد ركز على تحديد المقصود بكل من الرأي والجمهور، وإزالة الالتباس والغموض المرتبط ببعض المفاهيم مثل الحشد والجمهور، والرأي العام والرأي الخاص، وأشار إلى درجة الاتفاق وشدة وعق الرأي العام، ومشكلات تحديد العوامل المؤثرة على الرأي العام، وصعوبة الفصل بينها وإخضاعها للقياس^(١٥).

والواقع أن تلك المشكلات لم تجد طريقها للحل حتى الآن، وظل الاهتمام بها محدوداً، بينما تركز الاهتمام على استفتاءات الرأي العام

وأجهزة الاتصال وهيئاته، واتجاهات النخبين وآرائهم، وكانت القياسات النظرية عن الرأي العام وفكرته نادرة للغاية^(١٦).

في المقابل ساد اتفاق عام على الطبيعة المعقدة والمركبة لعملية تكوين للرأي العام والعوامل التي تؤثر فيه، ولا سيما أن العمليات التي يكتسب بها الأفراد اتجاهاتهم السياسية أراءهم غاية في التعقيد والتشابك، وترتبط بتفاعلات مستمرة، من خلال وسائل للإعلام، والإقناع والتثنية، والاتصال الشخصي، والأنثروبولوجيا، علاوة على العوامل الذاتية^(١٧).

ونظرا لصعوبة تحديد هذه العوامل، أو فصلها وإخضاعها للقياس على نحو ما قرر ألبورت عام ١٩٣٧، ونتيجة تعدد وتنوع التخصصات العملية التي اهتمت بدراسة الرأي العام واختلاف النماذج الإرشادية التي تعتمد عليها، فقد تعثر للتوصل إلى اتفاق حول تعريف للرأي العام أو نموذج لتكوينه، وظلت أنماط تشكيل الرأي العام، مثل القوانين في كل العلوم الاجتماعية، تبدو كترجيحات واحتمالات لا يمكن تعميمها على كل الأفراد، أو في كل المواقف، وعلى كل الموضوعات^(١٨) لذلك ظهرت تعريفات عديدة للرأي العام، كما ظهرت استخدامات مختلفة للرأي العام أشار فيليبس دافيسون إلى ثلاثة منها، الأول استخدام الرأي العام كمرادف لنتائج استطلاعات الرأي العام، لكن المشكلة أن أغلبية استطلاعات الرأي لا تهتم بتوقع سلوك الأقلية، أو تكشف لهم أن هناك آخرين يشاركونهم في رأيهم، وفي هذه الحالة فإن الاستطلاعات تعطينا مجموع الآراء الفردية، ولا توضح العمليات التي تنور حول موضوع الاستطلاع.

أما الاستخدام الثاني فيفترض أن وسائل الإعلام تعبر عن الرأي العام، لكن هذه الفكرة اهتزت، فليس من الثابت أن وسائل الإعلام تعكس آراء الناس أو ما يفكرون فيه.

ويشير الاستخدام الثالث إلى الرأي العام كأداة أو واسطة لتعزيز أشكال السيطرة الاجتماعية والمحرمات، أي أنه وسيلة للضبط الاجتماعي. ويمكن القول أن الأطر النظرية الخاصة بتعريف الرأي العام وتحليل طبيعته ومكوناته ولوائحه وتأثيره محدودة للغاية، كما لم تشهد تطورات كبيرة، أو نقلات مهمة منذ بداية ظهور القياسات النظرية عن الرأي العام في أواخر القرن الماضي وأوائل القرن الحالي. ويرجع ذلك إلى سيادة الاهتمام بقياس الرأي العام، وشعور المشتغلين في مجال الرأي العام بالرضا عن نتائج أعمالهم في قياس آراء الناخبين أو المستهلكين.

وقد التزمت قياسات الرأي العام أو تأثرت بالنماذج الإرشادية الأربعة التالية: النموذج المعرفي، والنموذج الوظيفي، ونموذج التفاعلية الرمزية، ونموذج التغيير الراديكالي. وأدى لاختلاف فرضيات ومفاهيم وأهداف هذه النماذج إلى اختلاف وتباين تعريفات الرأي العام، ومحاولات تحديد طبيعته، والعوامل التي تدخل في تكوينه، أو ما يعرفه البعض ببيئة الرأي العام. لكن تلك الاختلافات لم تحل دون الاتفاق على أن للإعلام دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام.

ولا يوسع المجال للدخول في تفاصيل مكونات كل نموذج إرشادي ومسلماته وفرضياته الأساسية، لكن يكفي هنا، ولأغراض الدراسة، تقديم عرض سريع ومكثف لتطوير دراسة الرأي العام، ثم للملامح العريضة لكل نموذج إرشادي وتأثيره في قياسات وبحوث للرأي العام، وخاصة محاولات

تعريف الرأي العام، ثم نقدم في نهاية القسم الأول من الدراسة مجموعة من الملاحظات العامة حول اتفاق وصراع للنماذج الإرشادية في مجال دراسة موضوعات الرأي العام وقياسه.



المبحث الثاني

النموذج المعرفي ودراسة الرأي العام

ظهر هذا النموذج في العشرينيات، وقد تطورت نظرياته في الثلاثينيات، وانتشرت أدبياته المعاصرة في علم النفس الاجتماعي التجريبي،^(١٩) وبصفة عامة فإن هذا النموذج قد تطور من خلال قياسات وتجارب علم النفس الاجتماعي وارتبط بها.

ويهتم النموذج المعرفي بكل الأنشطة العقلية والعصبية التي يقوم بها الإنسان والتي تشكل تفاعلاته مع الآخرين، وتشمل هذه الأنشطة استقبال المنبه من البيئة الخارجية، ثم عملية الإدراك بناء على الخبرة السابقة للعقل والمعلومات المختزنة به، ثم قيام المخ بتصنيف وربط المعلومات التي تم تخزينها بالفعل، وبعد ذلك يقوم إما بتخزينها أو نسيانها. وفي هذه المرحلة تلعب عمليات التفكير والتأمل دورها، ويتوصل الفرد إلى تكوين معرفة أو معتقدات يقوم بتخزينها لدعم وتأكيد معلومات واعتقادات سبق تخزينها، أو الإضافة إليها. ومن ناحية أخرى قد يقوم المخ بتغيير الاعتقادات والآراء السابق تخزينها بناء على هذه المعلومات. وتتدخل عملية تكوين المفاهيم والفئات التي يتم تصنيف المعلومات بناء عليها - إضافة إلى العلاقات السببية بين الأشياء والمواقف ضمنين العمليات العقلية^(٢٠).

ويركز النموذج المعرفي على مفاهيم وعمليات تعتبر جزءاً من بناء شخصية الإنسان وسلوكه، مثل الإدراك والتصور والقيم والاتجاهات ونظام المعتقدات والتفكير والتذكر، من هنا تبرز العلاقة الوطيدة بين النموذج المعرفي والإعلام، إذ يمكن فهم العديد من جوانب العمليات

الاتصالية في ضوء فرضيات ونظريات هذا النموذج، كذلك فقد شاع استخدام النموذج المعرفي في دراسة عمليات تشكيل الرأي العام^(٢١)، وتأثير وسائل الإعلام وعمليات التعرض لوسائل الإعلام والحاجات التي تدفع الجمهور لاستقبال وسائل الإعلام، والإشباع التي يحصل عليها^(٢٢). وقد تطورت استخدامات النموذج المعرفي وبرزت في مجال الإقناع وتغيير السلوك، من خلال أعمال روزنبرج (Rosenberg) ونيوكمب (New Comb) وفستنجر (Festinger) ومارتن فيشباين (M. Fishlien) وإيك أجزيين (Icek Ajzen)^(٢٣).

ويلاحظ أن كثيراً من النظريات والبحوث المتداولة في مجال الإعلام - والتي تهتم بالسلوك الاتصال للأفراد - اعتمدت على النموذج المعرفي الأمر الذي عرضها للنقد والالتهام بالقصور، كنتيجة طبيعية لعدم اهتمام هذا النموذج بالخلفية الاجتماعية والاقتصادية للفرد، ارتباطه بالاتجاه السلوكي وبالتالي إهمال ما يجري داخل الإنسان، أي ماهية المشاعر والأفكار وخاصة الأوليات الأوعية، وتركيزه على التصرفات القابلة للمعانة والتعريف والقياس ويفترض هذا النموذج أن السلوك منظم ومنهج ويكتسب بالتعليم، وأنه نتاج ملائم ومحسوب للتربيات الماضية وللأوليات البيولوجية^(٢٤). لكن السلوك المعلن كما يقول إريك فروم (Erich Fromm) يتعارض مع حقيقة الدوافع التي تحرك الأفراد، كما أن السلوك قد يختلف عن الشخصية، ولكن بناء الشخصية، أي الدوافع الحقيقية للسلوك هي التي تشكل الكينونة الحقيقية للإنسان، صحيح أن السلوك قد يعبر عن الكينونة على نحو جزئي، ولكنه غالباً ما يكون قناعاً لإخفاء

أهدافه للخاصة، وتعني المدرسة السلوكية Behaviorism بدراسة هذا القناع المظهري وتعتبره مادة علمية يعتد بها^(٢٥).

ويدون الدخول في تفاصيل الانتقادات التي توجه للنموذج المعرفي، فمن الثابت أن هذا النموذج له تأثير قوي في قياسات الرأي العام، ولعل من أبرز العلماء الذين اهتموا بدراسة الرأي العام من منظور نفسي تشارلز كولبي Chares Cooley، وكبي V.O. Key وأرنست ديشتر Ernest Dichter وبروستر سميث M. Brewster Smith.

وكان فرويد رائد التحليل النفسي قد تأثر بنظرية جوستاف لوبون عن العقل الجماعي، وخلص إلى أن الجمهور من الناس يكونون أكثر بدائية في أفكارهم وأفعالهم، وعرف فرويد علم نفس الجماعات بأنه العلم الذي يدرس الفرد على أنه عضو مؤثر في جماعة من الناس^(٢٦).

وبرزت أيضا إسهامات مدرسة التحليل النفسي في دراسة الشخصية، وبلورة مفهومي الشخصية للتسلطية والشخصية للتعبية، ويرتبط المفهوم الأول بخبرات الطفولة ونمط التنشئة والبيئة الاجتماعية والثقافية، وقد قاد هذه القياسات أدورنو Adorno عام ١٩٥٠ وتبعه عدد كبير من الباحثين^(٢٧) وساعدت هذه الأعمال في دراسة تغيير الاتجاهات والرأي العام، كما امتدت إسهامات مدرسة التحليل النفسي إلى دراسة تأثير الاغتراب على تشكيل الآراء والمشاركة في العملية الديمقراطية^(٢٨).

ويمكن القول أن الاتجاه السلوكي كان له تأثير كبير في قياسات الرأي العام ولا سيما بعد أن ارتبط به منذ مطلع العشرينيات علم السياسة ليظهر ما يعتبره علماء النفس علم النفس السياسي^(٢٩)، وما يطلق عليه علماء الاجتماع علم الاجتماع السياسي^(٣٠)، بينما ينظر إليه علماء السياسة

كمبحث أو اتجاه في علم السياسة يعرف بالاتجاه السلوكي Behavioral School.

ومهما يكن أمر الخلافات حول التسمية أو الانتماء فإن هناك اتفاقاً على أن أعمال هارولد لاسويل، وكى V.O. key، ودافيد ترومان D. Truman، اهتمت برصد وتحليل العلاقة بين العناصر المؤثرة في السلوك، والسلوك السياسي، علاوة على عمليات التنشئة السياسية، والرأى العام. ومع ذلك فإن هناك بعض التحفظات التي أثيرت حول مفهوم الاتجاه السلوكي كما يستخدم في العلوم السياسية وقد عبر عن ذلك روبرت داهل R. Dahl حين ذهب إلى أن المصطلح يحيطه كثير من الغموض واللبس، وكذلك المصطلح المرادف له وهو السلوك السياسي^(٣١).

وفي إطار النموذج المعرفي، أو بتأثيره ظهرت تعريفات كثيرة للرأى العام لعل أبرزها، ما قيمه تشارلز كولي من أن الرأى العام ليس مجرد حاصل جمع الآراء الفردية، لكنه عملية تنظيم لنتائج إلتشارك في الاتصال والتأثير المتبادل^(٣٢).

ويرى كى أن الرأى العام هو "الرأى الذي يحتفظ به أشخاص لا يشغلون مناصب عامة في الدول، والذي تـري الحكومة أنه من الحكمة الاهتمام به"^(٣٣) وقد ميز كى بين الجمهور العام والجمهور الخاص، وبحث كيفية ادارة النظم الديمقراطية وتعاملها مع الرأى العام، وركز على دور الطبقة العليا والوسطى في تشكيل الرأى العام والتعبير عنه، كما أشار إلى بروز دور أفراد الطبقات العليا في المشاركة السياسية وفي بعض أشكال السيطرة الاجتماعية على الرأى العام.

وخلص كي إلى أن الموقف الوحيد الذي يمارس فيه الجمهور توجيهها مباشرة على السياسيين (متخذي القرار) ينحصر في الانتخابات والاستفتاءات^(٢٤).

ولكد هاريمان P. L. Hariman عام ١٩٧٥ في تعريفه للرأى العام، أنه الرؤى أو الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمى من الأفراد، التي يمكن التوصل إليها عن طريق استطلاعات الرأى العام باستخدام عينات ممثلة. أما جولدنسون R. Goldenson فيعرف الرأى العام بأنه الاتجاه العام للجمهور نحو قضية ما، أو مجموعة من القضايا التي تهم مجتمعا معينا.

ومن مصر أخذ عبد القادر حاتم بالتعريف الذي يرى أن الرأى العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة لإزاء قضية مهمة، وينتج هذا الرأى عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أي جماعة كبيرة، وأنه يتشكل من خلال عناصر متداخلة تتفاعل فيما بينها، هي للناس، والموروث الثقافي، والأحداث، والقيم والمعتقدات، والروح القومية، والعادات، والاتجاهات، والمعرفة، والأسرة، والدين، والأساطير، والزعامة، وخلص إلى هناك عناصر جامدة تشكل الرأى العام هي الموروث الثقافي ويدخل فيه القيم والمعتقدات والتقاليد والإعراف، بينما العناصر الديناميكية تحتوي على الرغبة في التغيير، وتدخل فيها الرغبات والطموحات والاحتياجات والإعتراضات^(٢٥).

ومن الواضح أن تعريف هاريمان وجولدنسون يكاد يساوي بين الرأى العام والإتجاه، وهو موضوع مثار جدل وخلاف، ولا سيما أنه توجد

العديد من العوامل الوسيطة - على المستوى الفردي والاجتماعي، تحول
دول اعتبار الرأي هو الاتجاه والسلوك.

ويري السلوكيون أمثال جورج ليندبرج Gorrge Lundberg أن
الرأي العام هو أي رأي يستند إلى سبب يجعل الجمهور يتقبله، ويعتقد
ليندبرج أن السلوك المعتاد يمكن أن يتضمن الرأي العام^(٣٦).

بينما ركز علماء السياسة في تعريف الرأي العام وفهم طبيعته على
عناصر التأثير في العمليات السياسية، ومن هنا نظروا إلى الرأي العام
ضمن موضوعات علم السياسة.

لقد ميز الموند Almond بين الجمهور العام والجمهور الواعي،
فالأول يعرف بواسطة وسائل الإعلام ويقتنع بالمناقشات العامة، ويستجيب
لمزاج الرضا والقبول العام، بينما يتكون الجمهور الواعي من جماعات
صغيرة تتابع القضايا العامة من خلال رؤية تحليلية، وتكون لديها معرفة
جيدة نسبياً وروح نقدية للمناقشات العامة^(٣٧).

وتبدو أهمية ما طرحه الموند في ضوء قواعد الممارسة السياسية،
ودور الإعلام في الحملات الانتخابية. ويرى كيرت لانج أن دراسة الرأي
العام ترتبط بالسلوك أو المشاركة السياسية، فالتصويت سلوك سياسي يعني
المشاركة السياسية، وتعكس نتائج التصويت قياساً للرأي العام. وفي عملية
التصويت أو تكوين الرأي العام، فإن الأفراد في المجتمعات الجماهيرية
يميلون إلى تصور ما الذي يعتقد الجمهور (الأغلبية)، ويؤثر هذا التصور
في تشكيل آرائهم، لذلك اقترح كورت لانج دراسة التصورات الخاصة
(الفردية) والجمعية لفهم تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية،
وعلاقة كل منهما بالأخرى، والعلاقة التي تربطهما بعمليات التصويت^(٣٨).

وينتقد ريتشارد برودي قياسات الرأى العام، وبحوث التصويت في الخمسين سنة الأولى من تاريخها، لأن الإهتمام قد تركز حول وضع نماذج للعمليات التي يتكون من خلالها الرأى العام، واعتمدت هذه النماذج على فرضية تشابه هذه العمليات لدى كافة قطاعات الجمهور، ومن ثم يقترح الإهتمام بالاختلافات بين الأفراد ووضع نماذج تدخل في اعتبارها هذه الاختلافات (٣٩).

وبصفة عامة فإن النموذج المعرفي يركز في دراسة الرأى العام - كما هو الحال في دراسة تأثير الإعلام - على الإدراك، والدوافع، والمعتقدات، والقيم، والاتجاهات، ويعتمد على نموذج الاستجابة، ونماذج التعليم ومحددات الشخصية، والخواص العقلية والنفسية المتصلة بالتفكير، مثل ركون العقل إلى الإستعانة بالرموز والأنماط والتجسيد، وميله إلى التبشير، أو التحويل والإسقاط (٤٠).

وهذه العمليات والنماذج هي عوامل نفسية ذات أبعاد اجتماعية - ثقافية لا يوجد اتفاق بين المتخصصين على تعريفها رغم اتفاقهم على أهمية تأثيرها في عملية تشكيل الرأى العام.

خلاصة القول: يفترض النموذج المعرفي أن الآراء هي نتاج لعمليات إدراكية ومعرفية يقوم بها الفرد، ويمثل الرأى العام الوعي بأن الآخرين يشاركونهم في نفس العمليات الإدراكية: (٤١) ومن ثم يقترح هذا النموذج لفهم عملية تكوين الرأى العام والبحث في أسس ومقومات عملية الإدراك، وتأثير الدوافع والحاجات والقيم والمعايير والمواقف الاجتماعية، والجماعية التي ينتمي إليها الفرد في عملية الإدراك.

ويمكن القول أن التوجهات الرئيسية في دراسة عملية تكوين الرأى العام تعتمد على مفاهيم ونظريات علم النفس الاجتماعي. بيد أن هناك

بعض الاتجاهات التي تركز على الفرد والفروق الفردية في دراسة عملية تكوين الرأي العام، وينظر أصحاب هذه الاتجاهات إلى الرأي العام من منطلق علم النفس الفارقي وموضوع للفروق الفردية على وجه التحديد، وما يشغل بالهم في هذا الصدد هو الفروق بين الأفراد في تعبيرهم عن الرأي والمتغيرات النفسية التي تشكل هذا الرأي وكيف تتفاعل معاً، لكي تولد رأياً يشكل في مجموعه ما يسمى بالرأي العام، وقد ترجع هذه الفروق - من وجهة نظر المتخصصين في علم النفس - إلى قدرات عقلية، أو سمات شخصية، أو استعدادات وميول ذاتية، أو عوامل دافعية، كما قد ترجع إلى متغيرات بيئية، كأسلوب للتنشئة الأمرية أو التنشئة الاجتماعية، وقد تلعب هذه العوامل مجتمعة دوراً متميزاً من خلال ظروف مجتمعية في إطار ظروف ثقافية خاصة ترسم أطراً عامة، فتحدد نظرة الفرد إلى ذاته وإلى الآخرين، كما تحدد إمكانية تفاعله مع أفراد الجماعة، أو أسلوبه في النظر إلى الأمور^(١٦).

ويري الباحث أن أهمية دراسة الاستعدادات العقلية والنفسية للأفراد لا ينبغي أن تحول دون الاهتمام بالجوانب الاجتماعية، فثمة حاجة لاستكمال جوانب العملية بشقيها الفردي والاجتماعي، لأن الصورة الكلية للرأي العام يمكن أن تكون على المستوى المفاهيمي متغيراً فردياً يعبر عن تفاعل بين شخصية الفرد وبيئته، وتتوسط هذه العملية الاتجاهات والقيم والمعتقدات، وعلى المستوى الواقعي يحدد المنظور الإدراكي للاتجاهات والقيم والمعتقدات ما هي الحقيقة بالنسبة للفرد، ويعطيه السبب لکیفیه التفاعل بصورة صحيحة مع البيئة المحيطة به، والطرق التي من خلالها يمكن أن تكون البيئة بالنسبة له أكثر فائدة كفرد وكجزء من وضع اجتماعي^(١٧).

المبحث الثالث

النموذج الوظيفي ودراسة الرأي العام

ارتبط هذا للنموذج بنشأة العلوم الاجتماعية وتأثرها بفكرة محاكاة العلوم الطبيعية، أو المماثلة بيسن المجتمعات الإنسانية والكائنات البشرية، لذلك فهو يركز على دوافع الفاعل (الإنسان) في الموقف، ويرى أن البناء الاجتماعي هو مجموعة من العلاقات الاجتماعية، المتبادلة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الاجتماعية، فتمة مجموعة أجزاء مرتبة متسقة تدخل في تشكيل الكل الاجتماعي، وتتحد بالأشخاص والزممر والجماعات وما ينتج عنها من علاقات وفقاً لأدوارها الاجتماعية التي يرسمها لها الكل الاجتماعي^(١٤) وتلعب المعايير والقيم الاجتماعية دوراً بالغ الأهمية في تحديد طبيعة دور الفرد والأسرة في الحفاظ على استمرار الاستقرار والتعاون بين مكونات البناء الاجتماعي. ويركز النموذج الإرشادي للبنائية الوظيفية على أن عمل النظام الاجتماعي واستمراره متماسكا، ودور المؤسسات الاجتماعية في تحقيق هذا الهدف من خلال تصحيح ولحتواء أي اختلال يحدث في النظام الاجتماعي^(١٥).

ويعرف النموذج الإرشادي للبنائية الوظيفية بالنموذج المحافظ لحرصه على مراعاة التوازن بين مكونات النظام الاجتماعي ومعارضته للتغيير، وهذه هي المسلمة الرئيسية التي يقوم عليها النموذج، والتي أثرت في الكثير من المفاهيم والنظريات السائدة في العلوم الاجتماعية. وقد ظلت هذه المسلمة ثابتة رغم كل محاولات تطوير البنائية الوظيفية، أو الخروج

عن النزعة الموضوعية التجريبية التي تميزها من خلال تقديم تفسيرات ذاتية تقوم على الخبرة الفردية.

ويمكن القول أن النموذج البنائي الوظيفي هو الأكثر انتشاراً وتأثيراً في القياسات الإعلامية، وخاصة التي تتطرق لبحث الأبعاد الاجتماعية لعمليات إتصال، والفرضية الأساسية التي يقدمها هذا النموذج للقياسات الإعلامية، أن وظيفة الإعلام تنحصر في حفظ التوازن والإستقرار في المجتمع من خلال تحقيق التكامل والوحدة بين أفراد المجتمع، بالإضافة إلى وظائف التكيف والإستقرار^(٤٦). ويركز التحليل الوظيفي - كما ترى جيهان رشتي - على توضيح المهام التي يسعى القائم بالإتصال إلى تحقيقها والنتائج التي تحدث بدون أن يهدف إليها، ويسعى في المستوى الأول إلى قياس تأثيرات عملية الاتصال بشكل عام كعملية اجتماعية، وعلى مستوى ثان يدرس وسيلة إعلامية أو أكثر، وفي المستوى الثالث يقوم بتحليل وسيلة الإتصال كمؤسسة، أما المستوى الرابع فيدرس أوجه النشاط الإعلامية الأساسية التي تتم بواسطة وسائل الإعلام^(٤٧).

ويأخذ الكثير من الباحثين في مجال الرأى العام والإعلام، بنموذج البنائية الوظيفية، أو ما يعرف بالتتيار التقليدي، الذي يطلق عليه منتقدوه المدخل الإجرائي أو الإداري Administrative approach، ومن أبرز ممثليه (بول لازرفيلد) (Paul Lazarsfeld) و(ليرنر، وشرام، ورو، ونديس) (دنيس ماكويل) (denis Mcquail) و(لانج) (K. Lang)، وقد نشأت بحوث هؤلاء كاستجابة لاحتياجات المجتمع الأمريكي وحاجته الماسة إلى المعلومات الكمية والإمبيريقية الضرورية لصانع القرار، وكان الهدف من البحوث هو مساندة ودعم الأوضاع المجتمعية السائدة، والتوصل إلى كيفية

تحسين أداء أجهزة الإعلام، لاستخدامها كأدوات فعالة في تحقيق الأهداف والمصالح ذات الطابع الإقتصادي، ويشكل ذلك جوهر البحوث الإدارية. من هنا جرى التركيز على بحوث التسويق والإدارة، والتركيز أيضا على القياس الكمي، وتنفيذ البحوث بمعزل عن سياقها الاجتماعي والثقافي^(١٨).

وعلى عكس النموذج المعرفي، يركز هذا النموذج على دور الجماعة والمجتمع في تعريف الرأى العام، وعملية تكوينه، وتأثيره، ووظائفه للفرد والمجتمع. وقد كاد هذا النموذج يسود قياسات الرأى العام في الخمسينيات والستينيات، وما يزال مؤثرا في القياسات الاجتماعية والسياسية والإعلامية للرأى العام.

ويعتبر عالم الاجتماع الألماني فرديناند تونيس Tonnies من رواد هذا النموذج حيث قال في العشرينيات: أن الرأى العام - كراي موحد للجماعة - أمر لا يمكن تصوّره حتى إيمان كفاح الشعوب عن كيانها وحياتها، إذ أن للشجاعة في أفراد الشعب الواحد متباينه، وللرغبة في الحياة ليست واحدة، كذلك تختلف أهداف الجماعات في الشعب الواحد وأغراضها وأضاف تونيس أن الحكومات الذكية الحكيمة هي التي تحاول دائما أن توحد رغبة أفراد الشعب الواحد وجماعته^(١٩).

وتأثر البورث إلى حد كبير في دراسته للرأى العام بالنموذج الوظيفي، ويعكس تعريفه للرأى العام الفرضيات الأساسية لهذا النموذج، حيث يقرر أن الرأى العام هو مصطلح يظهر للدلالة على رأي مجموعة كبيرة من الأفراد، في موقف معين، يستطيعون من خلاله للتعبير عن أنفسهم، أو يمكنهم المطالبة بالتعبير عن أنفسهم إزاء ما يؤيدونه، أو يفضلونه، أو لا يؤيدونه، أو لا يفضلونه، سواء كان موقفا معينا، أم شخصا

معينا، أم لقتراح موقف معين، أم شخص معين، أم اقتراحا له أهمية كبيرة، ويستطيع هذا الجدد المتباين من الأفراد بما له من ثبات واتساق في الراى أن يؤسس لاحتمال قيام عمل فعال بطريق مباشر أو غير مباشر تجاه الموضوع المثار للنقاش^(٥٠).

ورغم أن تعريف البورت - مثل مقالته المشهور نحو علم الراى العام - قد حظي بقبول واسع، إلا أنه تعرض لعدة انتقادات إذ يرى فيليبس ديفيسون أننا إذا قبلنا تعريف البورت عن الراى العام، بوصفه راى جماعة من الناس تتفاعل مع آخرين تجاه نفس القضية، فإن هناك أسئلة عديدة تظهر ويجب أن تبحث، مثل: كيف يمكن تحديد القضية المركزية في عملية تعريف الراى العام؟ وما هو الجمهور، وكيف يمكن توقع سلوك الآخرين الذي يؤثر في تشكيل للراى العام؟، وما تأثير هذا التوقع على سلوك واتجاهات افراد الجمهور؟، وما الخطوات التي يتم بها إعادة تشكيل الراى العام؟، ويصف ديفيسون تعريف البورت بأنه ناقص، وغير كاف للإجابة على عدد كبير من الاسئلة، كما أنه لا يقول شيئا عن الإعلام، وقادة الراى ودور الجماعات الأولية، وهي أمور تؤثر بقوة في الراى العام^(٥١).

والملاحظ أن هذه الانتقادات وغيرها قد أفادت الباحثين الذين جاؤوا بعد البورت، وتأثروا بالنموذج الوظيفي، أمثال جان ستوتزل Jean Stoetzel، ووليام ألبيج William Albig، ودوب Doob، وكامبل Campbell، وفيليبس دافسون، وليبيت Lipset، وديفيد إيستر David E.Apter وآخرين.

ويرى دوب Doob أن للراى العام هو اتجاهات الناس إزاء مسألة ما عندما يكونون أفرادا في نفس الجماعة الإجتماعية، ويفترض هذا

التعريف وجود اتجاهات ومناقشات حول هذه المسألة. وقد ميز دوب بين الرأى العام الكامن والرأى للعام الصريح أو المعلن. وركز على أهمية المتغير الثقافي، لأنه يؤثر في تحديد اتجاه الأفراد وسلوكهم، وفي عملية تكوين الرأى العام. ويرى دوب أن المتغير الثقافي يظهر من خلال التثنية الاجتماعية ودور القادة والأحداث. وخلص دوب إلى أن الرأى العام يتأثر بالثقافة لأنه جزء من الثقافة، كما أنه نوع بسيط من السلوك الاجتماعى^(٥٢).

ومع أن دوب لا يشير إلى العوامل الاجتماعية مباشرة، إلا أن مجمل العوامل التي تكون المتغير الثقافي من وجهة نظره يغلب عليها الطابع الاجتماعى، من جهة أخرى فإن قوانين أو مبادئ الرأى العام التي توصل إليها تكشف عن نظريته الاجتماعية (السوسيولوجية) والتزامه الواضح بالوظيفية البنائية حيث يحصر هذه المبادئ في:-

١- يظل الرأى العام كامنا - أي لا يعبر الناس عن آرائهم - حتى تظهر قضايا بين الجماعة، ولا تظهر هذه القضايا إلا عندما يكون هناك صراع وقلق وإحباط.

٢- الرأى العام الحقيقي، هو الذي يحاول التقليل من حالات الصراع والقلق والإحباط.

٣- يحتاج الرأى العام إلى تحقيق التكيف أو الانسجام وهو ما يحدث نتيجة زيادة مشاركة بعض الناس.

٤- إن الرأى العام الكامن يصبح خارجيا عندما يكون الشواوب أكبر من العقاب^(٥٣).

أما تعريف وليام البيج فيدور حول كون الرأى العام هو ناتج عملية تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة، ويشترط لهذا التفاعل

وجود موضوع مختلف عليه يخضع للجدل والنقاش وتبادل الأفكار داخل الجماعة، وانتهى الببح إلى أن الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة وتعبّر عن رأي الأغلبية^(٥٤).

ولخص شيتلر Schettler خصائص عملية تكوين الرأي العام في وجود مسألة خلافية يدور حولها نقاش عام ثم ظهور جماعات لدى كل منها رأي عام، علاوة على التفاعل الاجتماعي، وارتباط الرأي العام بأهداف أو أغراض معينة للجماعة عادة ما يعبر عنها الرأي العام، وأشار شيتلر إلى أن الرأي العام يرمز إلى عملية تنظيم للاختلافات في الآراء، وأنه تعبّر عن الآراء والأحكام، أو وجهات نظر تجاه بعض المسائل التي يكون فيها الأفراد أحراراً أو يشعرون بالحرية^(٥٥).

وفي إطار النموذج الوظيفي قدم أحمد أبو زيد تحليلاً لطبيعة ومقومات الرأي العام كمفهوم يرتبط أساساً بالمجتمع الذي يعبر عنه، فالرأي العام يقوم في الجو الاجتماعي وللشكل الذي يتخذه الرأي العام مستمد من مقومات نفس المجتمع، والرأي العام وظيفة من وظائف المجتمع يتأثر بما في المجتمع من تفاعلات وما يطرأ عليه من أوضاع، ومقومات الرأي العام في أي مجتمع تتبع من تاريخه وتقاليد وظروفه وتراثه، ومناخه النفسي، وأوضاعه الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ومن خبراته المختلفة، والرأي العام هو اتجاه وميول الناس ورغباتهم التي تتألف من قطرات صغيرة تتألف لتكون نهراً قوياً يعبر عن الجماعة كلها، أو مجموعة أحكام الجماهير على عمل ما، أو مجموعة آرائهم ووجهات نظرهم في الحياة العلمية^(٥٦).

وخلط أبو زيد بين مقومات ومكونات الرأى العام، كما ربط بين العوامل الحضارية والمؤثرات الثقافية من منظور أنثروبولوجي والعناصر السيكلوجية، وربط بين عملية تكوين الرأى وعملية تكون الإتجاه، حيث أشار إلى أن تكون الرأى العام يعني قيام وجهة نظر جماعة أو إتجاه مشترك حول مسألة تعني للجماعة التي تتخذ هذا الموقف عقب مناقشة أوجه للنظر في الأمر^(٥٧).

وقدم عالم المياسة دافيد أبتر David E. Apter تعريفا للرأى العام يرتبط بالعملية السياسية واختيار البدائل المتاحة، وهذا الاختيار ذاته يجب أن تقوم به جماهير للشعب أو قطاعاته الرئيسية، بحيث تصبح قادرة على صياغة ما تراه ملائما ومحققا لمصالحها وقيمتها وأهدافها ومطامحها، وهذا يمكن القول بأن الرأى العام هو الذي يقرر المياسة ويحسم عملية اختيار البدائل المتاحة، بل ويصبح على الرأى العام أن يقرر الدستور الملائم^(٥٨).

على أن الرأى العام يختلف في المضمون أو التركيز بين الأشخاص أو بين المجموعات، ومن الممكن أيضا أن يدرك ويؤثر سياسيا بطرق مختلفة، وأن يدخل في قنوات بنية عملية إتخاذ القرار السياسي، من جهة أخرى فإن الفرد يكون عضوا في جماعات عديدة مثل جماعة للعمل والجماعة الإجتماعية التي ينتمي إليها، وجماعة النادي والدين والإسرة، إضافة إلى أن الفرد يتفاعل يوميا مع أفراد جماعات أخرى. وكل تلك الجماعات تشارك في تشكيل آرائه إزاء الموضوعات التي تهتمها، وفي المقابل يساهم الفرد في تطوير أفكارهم كما يعتمد على ما لديه من أطر وقناعات في تشكيل رأيه، وقد تؤيد الجماعة آراء الشخص وتعززها، أو تضع قيودا على ما يمكن قبوله من الآراء التي يقدمها الفرد^(٥٩).

ويورد أحمد بدر تعريفا للرأى العام بأنه "التعبير الحر عن آراء الناهبين - أو من في حكمهم - بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درجة إقناع الناهبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العام، وبحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأى الأغلبية ولرئى الأقلية"^(١٠).

ويطرح كمال المنوفي تعريفا آخر للرأى العام، باعتباره وجهات نظر كل أو أغلب أفراد المجتمع حيال القضايا والأحداث والفاعلين في النظام السياسي، لا ينشأ ولا يدور في فراغ فهو أحد أنماط سلوك الذين يعيشون في ظل أوضاع إجتماعية وإقتصادية وسياسية وثقافية معينة، وبالتالي يتأثر من حيث تشكيله وإمكانية قياسه بهذه المتغيرات الإجتماعية^(١١).

والمتمثل لتعريفات الرأى العام السابقة يجد أنها تلتقي في نقاط وتختلف في أخرى، بيد أنها تغطي جوانب مهمة في ظاهرة الرأى العام، فالتعريف السياسي يركز على نتائج الرأى العام، ومدى تأثيره في العملية السياسية بوصفه رأى الأغلبية^(١٢). وبينما يتفق بلومر مع كي في أن الرأى العام ليس بالضرورة رأى الأغلبية، يختلفان حول الجمهور الخاص والعام وأشكال السيطرة الإجتماعية، إذ لا يهتم بلومر بتحليل طبيعة الجمهور وأشكال السيطرة الإجتماعية^(١٣).

ويلتقي دوب مع ألبيج في الاهتمام بعنصر الإتجاه في تحديد الرأى العام، والتفاعل داخل نص الجماعة الإجتماعية، ولقول بأن الرأى العام هو رأى أو اتجاه الأغلبية. وهي أمور لم يقل بها كل من بلومر وكي، بكلام آخر إن ثمة خلافا بين كل من بلومر وكي في ناحية، ودوب وألبيج في

ناحية أخرى، حول طبيعة ودور الاتجاه في عملية تكوين الرأي العام، وهل الرأي العام هو اتجاه الأغلبية أم هو نتاج جمعي مؤلف من عدة آراء؟ والواقع أن هذا الخلاف يعكس إحدى مراحل تطور القياسات الوظيفية للرأي العام، حيث خضعت هذه القياسات لتأثير فرضية - انتقدت فيما بعد - هي أن الاتجاه يحدد الرأي ^(١٤) أو أنه هو المنتج الذي يتولد عن الاتجاه ^(١٥)، وترتبط هذه الفرضية كما سبقت الإشارة بالنموذج المعرفي وقد اتسع نطاق تأثيرها بعد أن قدم كاتز عام ١٩٦٠ تحليله لوظائف الاتجاهات، وتبعه عام ١٩٦١ كلمان Kelman في تحديد وظائف الآراء وعمليات تغييرها، وقد حصر كاتز وظائف الاتجاهات في التوافق مع البيئة، والدفاع عن الذات، والتعبير عن القيم والمعرفة ^(١٦). أما كلمان فقد ركز على التأثير الاجتماعي مقترحا ثلاث عمليات أساسية ترتبط بتغيير الآراء هي:-

١- الإذعان الذي يشير إلى حدوث تأثير توقعاً لحدوث بعض الثواب أو تجنب العقاب.

٢- التماثل (التماهي) الذي يحدث عندما يرغب الفرد في أن يكون مثل المصدر ويعدل سلوكه وفقاً لذلك.

٣- الذاتية حيث يميل الفرد لوصف التأثير على هدي من حاجاته وقيمه الموجودة قبل عملية الاتصال ^(١٧).

وأوضح كلمان أن الفرد يختار الآراء من خلال معايير الجماعة التي ينتمي إليها، كما أن هذه الآراء ترتبط بمصادر إضافية وتعتمد على الدعم الاجتماعي، واقترح جدولا لشروط مسبقه ونتائج لكل عملية من العمليات الثلاث للتأثير الاجتماعي. وأكد أن النموذج الذي يقدمه مفيد في

دراسة التأثيرات في المواقف الاجتماعية المختلفة، وما ينتج عنها من تغيرات في الرأى^(١٨).

وتبع كاتز وكلمان عدد من باحثي الإعلام والرأى العام الذين ركزوا على الوظائف المختلفة للأراء، ودورها في تشكيل الرأى العام، وخاصة وظيفة (المسايرة) Conformity التي تحقق فوائد إجتماعية كثيرة أهمها المساعدة في تشكيل الرأى العام غير المبلور، وتشكيل الجماعات وزيادة فاعليتها، والنقد الإجتماعي عن طريق تجميع الآراء والناس، ووضع معايير أخلاقية، والتحديد، والحرية، والحفاظ على التقاليد، والنقص الوجداني، والتنمية الاقتصادية، والمسايرة السياسية^(١٩).

وللملاحظ أن هذه الفوائد تتسجم مع مسلمات وأهداف النموذج الوظيفي الذي يسعى إلى حفظ توازن واستقرار النظام الإجتماعي، وحصر دور الرأى العام في هذا الإطار.

غير أن بعض القياسات التي حالت إجابات المواطنين الأمريكيين تجاه بعض القضايا في انتخابات أعوام ١٩٥٦، ١٩٦٤، ١٩٧٢، أثبتت ضعف للوافق للقيمي والايديولوجي بين الجمهور^(٢٠).

على أي حال فقد أنحصرت موجة التأثير بفرضية أن الإتجاه ينتج الرأى، والتي يقوم عليها التحليل الوظيفي للاتجاهات والآراء، وبدأ التركيز على الظروف والقوى الإجتماعية^(٢١)، والأثر والوظائف المعرفية، علاوة على الفهم كمنتج من منتجات إتصال وانعكست هذه التحولات على دراسة الرأى العام، وخاصة عملية تكوينه كما أثرت أيضا في تطور مفاهيم ونظريات التأثير، التي أكدت على التأثير المحدود والنسبي لوسائل الإعلام، وأن الآراء ليست عملية مستقلة، أو تلقائية فهي تتأثر بفاعلين إجتماعيين يؤثرون فيها من خلال وسائل الإعلام.

المبحث الرابع نموذج التفاعلية الرمزية (بناء المعنى) ودراسة الرأى العام

يركز هذا النموذج - كما يدل اسمه - على للتفاعل الذي يعني وقوع فعل بين فردين، ومحاولة فهم هذه العملية، من خلال تفسير المعاني التي يعطيها الأفراد لأفعالهم، ويهتم هذا النموذج باللغة والرموز والمعاني المستخدمة في عمليات التفاعل، ويستخدم مجموعة من المفاهيم كالنور، والذات، والفعل الإجتماعي والأنظمة الإجتماعية، وبناء المعنى، والتفاوض بين الأفراد والجماعات المتنافسة في المجتمع لتحسين أوضاعها^(٧٢).

ويعتبر هذا النموذج "محاولة لتحقيق نوع من الإنقاء بين المفاهيم السوسيولوجية والسيكولوجية، من خلال دراسة أنماط للتفاعل والعلاقات الإجتماعية بين المجتمع والشخصية، وبين الجماعات والأفراد، أو التفاعل على مستوى الجماعات الصغيرة"^(٧٣) وقد ارتبطت نشأته بأعمال مجموعة من الفلاسفة وعلماء الإجتماع وللنفس الأمريكيين، أبرزهم جون ديوي (John Dewey) وجورج هربرت ميد (G. H. mead) وهربرت بلومر (H. Blumer) وشارلس كولي (C. Cooley) وإنسلم سترأوس (A. Strauss) وآخرين.

وبصفة عامة يعكس هذا النموذج خصوصية الفلسفة والمجتمع الأمريكي واحتياجه، حيث يؤكد على خصوصية وتفرد الإنسان وكونه فاعلاً في الحياة وليس مجرد رد فعل، وأن كل البشر متساوون ومستقلون ويعرفون مصالحهم ويتصرفون وفقاً لها، وأن كل جوانب الحياة الإجتماعية

قابلة للتفاوض، دون أدنى اهتمام بفكرة الطبقات الاجتماعية والقوة في المجتمع^(٧٤).

ولعل النزعة البرجماتية والخصوصية الأمريكية التي يعكسها هذا النموذج وراء محدودية أنتشاره خارج أوروبا والتأييد المحدود الذي يحظى به في أوروبا^(٧٥). إضافة إلى نقاط ضعفه فيما يتعلق بتركيزه على تفاعل الأفراد والجماعات للصغيرة على حساب مجمل العلاقات الاجتماعية، وعدم اهتمامه بالخلفية الاجتماعية أو للوضع الاجتماعي للمشاركين في عمليات التفاعل^(٧٦).

ورغم هذه الانتقادات إلا أن هذا النموذج كان - ولا يزال - له تأثير بالغ في صياغة مسلمات وأهداف نموذج بناء المعنى، وقد أنتقل الاهتمام بنموذج بناء المعنى إلى الدراسات الإعلامية التي ركزت على دور الإعلام في المعرفة وبناء المعنى واستخدام اللغة، ويرى ديفيد وروكينش أن علماء الإعلام طوروا نموذجاً عامناً للمعنى يقوم على عدة مبادئ هي: أن الإنسان لديه ذاكرة تطور معرفته، والمعرفة تتكون من مفاهيم تشكل في معاني، والمعاني يمكن أن تتطور بواسطة الأفراد، أو من خلال رموز للتفاعل في لغة مشتركة، واللغة توضع في رموز تقابل معاني متفقا عليها، ويربط مستوى الاتفاق بين الرموز والمعاني، الأمر الذي يجعل الاتصال ممكناً بين من يلتزم بهذه القواعد. وأخيراً فإن رموز اللغة، والقواعد المتفق عليها بين أفراد يشتركون فيها تمكنهم من الاتصال، وللتفاعل مع عالمهم الطبيعي والاجتماعي^(٧٧).

وفي إطار نموذج بناء المعنى المنبثق والمعمد كلية على التفاعلية الرمزية، توجد أربع نقاط للنقاش حول ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل المعنى واستخداماته في الإتصال:-

١- وسائل الإعلام وبناء المعنى:

٢- نظرية الغرس

٣- وسائل الإعلام وترتيب أولويات الإهتمام (وضع الأجندة).

٤- وظائف الكلام واللغة في وسائل الإعلام^(٧٨).

وفي إطار هذا النموذج - أو تثيرا به - ظهرت تعريفات مختلفة للرأى العام ومفاهيم ونظريات خاصة بتكوين الرأى العام، تعكس المسلمات والغايات الأساسية للنموذج المعرفي من حيث محاولته التوفيق بين مفاهيم ونظريات علم النفس وعلم الاجتماع، مع التركيز على دور اللغة والرموز في الإدراك، وبناء المعنى، وتكوين الإتجاهات والآراء.

من جهة أخرى فإن للتأثر بالفلسفة البرجماتية والأوضاع التاريخية والمجتمعية في الولايات المتحدة أدى إلى منح مسلمة الفرد (المواطن) الحر الذي يعرف مصالحه دورا مركزيا في عملية تكوين الرأى العام، وللنظر إلى عملية تكوين الرأى العام على أنها سلسلة من التفاعلات، وعمليات التفاوض المستمرة.

من هنا دارت تعريفات ممثلي هذه المدرسة حول كون الرأى العام هو ما يعرفه الناس أو يفكرون فيه أو ما تقيمه استطلاعات للرأى العام.

وتعتبر أعمال ليبمان حول الرأى العام من أبرز الإسهامات التي تنتمي إلى هذا النموذج، فقد أوضح في كتابه الرائد "الرأى العام" أن الرأى العام هو الصور التي في رؤوسنا، ومثل هذا التعريف لا يمكن فهم أبعاده

إلا بتحليل رؤية لييمان لدور وسائل الإعلام في نقل الحقائق وبناء المعاني، وخلق الصور والإدراك من خلال القوالب النمطية Stereotype.

لقد أكد لييمان "لأننا لا نرى الأشياء أولاً، ثم نتعرف عليها بل إننا نتعرف على الأشياء أولاً ثم نراها، فنحن نلتقط أو نرى ما سبق أن حددته أو عرفته لنا ثقافتنا، ونميل للإدراك ما نلتقطه من خلال ما لدينا من صور نمطية حددتها ثقافتنا" ويتابع "نحن نتعرف على العالم قبل أن نراه ونتخيل معظم الأشياء، قبل أن نتعامل معها" في هذا السياق أكد أن الرأي العام مقيد دائماً بالقوالب النمطية التي في رعبوس الناس^(٧٩).

ويمكن القول أن لييمان ميز على نطاق محدود للغاية بين الرأي العام والعواطف، إذ كان يرى أن الرأي العام يعتمد أساساً على العواطف والقوالب النمطية، وأن الجمهور الحقيقي لا يتضمن الجماعات ذات الاهتمام الخاص التي تستطيع أن تبرر أو تقدم أسباباً لوجهات نظرها، وأكد لييمان في تحليله للرأي العام أن الجمهور الحقيقي هو الذي يسترشد في أحكامه بالفهم العام السائد، ويقبل العمل به،^(٨٠) الأمر الذي يعني أن لييمان استبعد الأفراد والجماعات ذات الاهتمام الخاص، والتي تتحدى الأحكام العامة والقوالب النمطية السائدة، وتحاول أن تكون آراءها على أسس عقلانية.

والمدهش أن المتأثرين بإسهامات لييمان، وممثلي نموذج التفاعلية الرمزية بصفة عامة، لم يتفقا مع استنتاجات لييمان حول لاعقلانية الرأي العام لكونه يعتمد على المعرفة المشوهة والقوالب النمطية والعواطف، وقالوا على العكس بلييمان الرأي العام، لكنهم أخذوا عن لييمان تعريفه للرأي العام واهتمامه بدور اللغة، والصور، في عملية الإدراك وبناء

المعاني والرموز والصور عبر التفاعل بين الجماعات، من جهة وبين الفرد وثقافته من جهة ثانية.

لقد قدم هربرت بلومر Herbert Blumer الذي يعد من أبرز ممثلي التفاعلية الرمزية تعريفا مغايرا لما ذهب إليه ليبمان وممثلو نموذج التفاعلية الرمزية، حيث رفض مقولة أن الرأي العام هو ميا ترصده استطلاعات الرأي العام، وأكد أنه "نتاج جمعي، فهو نتاج لتفاعل بين جماعات وظيفية تختلف بالنسبة لمصالحها ووضعها الإستراتيجي في المجتمع، وتختلف في نفوذها وقوتها، ومن ثم في قدرتها على العمل والتأثير، و تشكيل الرأي العام والتعبير عنه" ^(٨١) والرأي العام عند بلومر ليس بالضرورة رأي الأغلبية، أو الرأي الشائع بين الأفراد أو الرأي الذي يجمع عليه الأفراد، بل هو باعتباره رأيا جمعيًا قد يختلف - غالبا ما يختلف - عن رأي أي جماعة من الجماعات التي يتكون منها الجمهور، فالرأي العام ينظر إليه كراي مؤلف من عدة آراء، أو يمكن للنظر إليه "كالنزعة المركزية" التي يحددها الصراع أو التضال بين الآراء المختلفة، وبالتالي يشكل بناء على القوة النسبية لآراء المتعارضة" ^(٨٢).

ومهما يكن من أمر الخلافات بين ممثلي نموذج التفاعلية الرمزية أو المتأثرين به، فإن ثمة نقاط اتفاق قوية تربط بينهم في دراسة الرأي العام، لعل أهمها عملية التفاعل في تكوين الرأي العام، وتغليب الجوانب العملية، والتنافس، والنظر إلى الرأي العام كنتائج لعملية تفاوض ومساواة بين أفراد وجماعات مختلفة، والتركيز على النتائج العملية لآراء العام.

وتتطلب مسلمة التفاعلية الرمزية في دراسة الرأي العام من أنه لا يمكن القول بوجود رأي عام بدون حدوث اتصال بين الأفراد الذين ينتمون

إلى جماعة، أو بين الجماعات، وتستخدم للغة عادة سواء كانت شفوية أم مطبوعة أم مجرد إيماءات في التفاعل الاجتماعي، ومن خلال استخدام اللغة يمكن أن يحدث تبادل ونقاش للأفكار، ومن خلال الرموز والدلالات يمكن أن يشترك الأفراد في الخبرات، ويتفقوا على المعاني، ويتوصلوا إلى الحقيقة، وبذلك يتكون الرأى العام^(٨٢).

وبطبيعة الحال فإن الاتفاق على المعنى والتوصل إلى الفهم يعتمد على رموز وأفعال مشتركة، وإذا حدث غموض أو عدم اتفاق حول بعض الرموز فإن ذلك يؤدي إلى مشكلات في المعاني، وبالتالي مشكلات عند مناقشة قضايا الرأى العام والتعبير عنه. ^(٨١) لذلك فإن نموذج التفاعلية الرمزية يعطى أهمية كبيرة لعمليات المشاركة في المعنى والإدراك والعلاقة بين اللغة والمعرفة بالواقع والسلوك الناتج عن ذلك بما فيه السلوك الإعلامي. ولأنك أن مجمل هذه العمليات يرتبط بالإطار الثقافي إذ إن الرموز لا يمكن فهمها إلا في إطار ثقافي، من هنا جاء تأثير هذا النموذج في عدد كبير من الباحثين المهتمين بالدراسات الإعلامية عبر مجتمعية.

ويوضح تطور قياسات الرأى العام المتأثرة بنموذج التفاعلية الرمزية زيادة الاهتمام بدراسة اللغة والدلالات والرموز - وخاصة الرموز السياسية - والقوالب النمطية وتأثيرها في عمليات الإدراك وتشكيل الاتجاهات والآراء، أي إهتمام بالجوانب الإدراكية والمعرفية جنباً إلى جنب مع عملية التفاعل الاجتماعي. لكن هذا الإهتمام جاء على حساب محاولات تعريف الرأى العام إذ طغت للتعريفات البرجماتية، التي ترى أن الرأى العام أصبح في الحياة المعاصرة كل ما يعتقد الناس في وجوده، أو على حد قول ليمرت Lemert إن الرأى العام هو إدراك أن الرأى العام موجود^(٨٣).

المبحث الخامس

نموذج التغيير الإنساني "النموذج النقدي"

ودراسة الرأى العام

يسعى هذا النموذج لتجاوز النماذج الثلاثة السابقة، وذلك بطرح مسلمات وفرضيات جديدة تنتقد النظام الإجتماعي ككل، وكون الفرد نتاجا لهذا النظام، وبالتالي يرفض الوظيفة التى تنظر لسلوك الإنسان كنتاج للمعايير والقيم والتفاعلات التى ينتجها النظام الإجتماعي^(٨٦).

إن نموذج التغيير الإنسانى "النقدي الجديد" يرفض للوضعية ولادعاء الموضوعية، والحيثية، التى تميز الوظيفة، وينظر للعالم الإجتماعي من منظور يميل إلى أن يكون اسميا، ويؤمن بحرية الإرادة وحق الإنسان فى التحرر من كل القيود التى تفرضها التنظيمات الإجتماعية الراهنة، وحقه أيضا فى تغيير واقعه وتنمية قدراته، كما يركز على معرفة الجزئيات، ومع ذلك فقد تأثر هذا النموذج ببعض مقولات الوظيفة، والماركسية، والاتجاهات التأويلية interpretive، التى تسعى إلى فهم للطبيعة الأساسية للعالم الإجتماعي على مستوى الخبرة الذاتية وفي إطار الوعي الذاتى^(٨٧) من هنا فضلنا تسميته بنموذج التغيير الإنسانى تميزا له عن النموذج النقدي التقليدي للماركسية أو ما يعرف بنموذج التفسير الراديكالى البنيوي.

وساهمت مدرسة فرانكفورت وخاصة أعمال ماركيز. H. Marcuse وهابرماس Habermas، إضافة إلى أعمال مارتر وإريك فروم فى تطوير هذا النموذج، الذى يتميز بقدر كبير من المرونة والإبتعاد عن الحتميات، الأمر الذى ماعد كثيرا من النظريات والاتجاهات على

الاستفادة منه والتعاضد والتجديد في إطاره، حيث نما في إطاره ما أصبح يعرف بالقياسات الثقافية المعاصرة Contemporary Cultural Studies، وهو حقل جديد في العلوم الاجتماعية يعنى بدراسة ولقد النماذج والنظريات السائدة في العلوم الاجتماعية، ومحاولة كسر الحدود التي تفصلها والتأليف والتركيب بينها^(٨٨).

وتتبنى القياسات الثقافية مفهومًا شاملًا للثقافة يقترب من مفهوم أسلوب الحياة Way of life، وتركز على رؤى الحياة والقيم والمعايير الاجتماعية والرموز واللغة، وتدعو إلى الأخذ بالنسبية الثقافية، واحترام الخصوصية التاريخية والثقافية لكل مجتمع، ورفض النزعة الأوروبية - الغربية المتمركزة حول الذات^(٨٩) كما تدعو إلى إعادة النظر إلى الدين وتقييمه كنموذج يوجه الناس إلى الحياة والمعرفة في العالم^(٩٠) والاستفادة من القياسات الثقافية من الأطر والنظريات العامة للتاريخ والإجماع والآداب وعلم النفس واللغويات والفلسفة والأنتروبولوجيا ومن بعض عناصر الإقتصاد^(٩١).

ويلاحظ ضعف تأثير نموذج التغيير الإنساني في بحوث الرأى العام، لأن إهتمام الباحثين في مجال الرأى العام به لم يظهر إلا في الستينيات، ورغم ذلك فقد ساعد هذا النموذج عددا من الباحثين على تغيير وتطوير أفكارهم.

وفي هذا السياق برزت مساهمات نوردينسترنج (Nordenstreng) وإنزنسبرجر (enzensberger) وشيلر (Scilleer) وهاملينك (Hamelink) وميردوك (Murdock) وجولدنج (Golding) وميسمز (smythe) وجيمس هالوران (James halloran) وبيتر جولدنج (Peter)

(Golding) وهؤلاء لم يهتموا فقط بحصر وتحليل كيف تعمل وسائل الإعلام في ظل للرأسمالية الاحتكارية ودور الإعلام في تسويق البضائع والمرشحين، بل ركزوا أيضاً على الاختبار النقدي لمخرجات وسائل الإعلام للاستدلال على المسموح به من الإهتمامات، وعملية وضع الأجندة وتأثير الجمهور في الرأى العام، وطرحوا فكرة أن الإعلام ينتج المتلقين كما أكدوا أهمية أن تبدأ بحوث الإعلام بالتركيز على الناس وليس رسائل أو وسائل الإعلام، ووسعوا نطاق ومجال أفكارهم لتشمل علاقات التبعية الإعلامية والثقافية بين الدول الصناعية المتقدمة ودول الجنوب، وركزوا في هذا الصدد على دور الشركات للمتعددة الجنسية^(١٢).

وينتقد نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" كلاماً من النموذج الوظيفي ونموذج التغيير البنوي (الماركسي) في بحوث الرأى العام والإعلام لأنهما وقعا في خطأ للتركيز على طرق القياس الإمبريقي، والاهتمام بعوامل دون أخرى، فالماركسيون قدموا وظيفة من نوع آخر تعتمد في تحليل دور وسائل الإعلام في حدود القوي الاقتصادية الاجتماعية المسيطرة، كما أنهم ركزوا على المنتجين، بينما ركز الوظيفيون على المستهلكين^(١٣) وتجدر الإشارة إلى أن نموذج التغيير البنوي يركز على نقد الأوضاع القائمة في المجتمعات الرأسمالية الغربية بصورة كلية، ويدعو للتغيير من خلال صراع بنوي يلعب فيه العامل الاقتصادي دوراً رئيساً، وفق للفرضيات والمفاهيم الأساسية للماركسية حول قوى الإنتاج وعلاقات الإنتاج والصراع الطبقي والإغتراب والهيمنة وتزييف الوعي.

وتأثرت بعض بحوث الإعلام بفرضيات نموذج التغيير (الراديكالي) البنوي ، حيث نظرت إلى وسائل الإعلام بنفس الطريقة التي ينظر بها المجتمع، وركزت على أن دور الإعلام في خدمة الطبقة الرأسمالية الإحتكارية، وتزييف وعي الجماهير وإخفاء الفروق الطبقة وتبرير إغتراب الإنسان وكذلك دور الإعلان في خلق المستهلك^(٩١).

لكن هذه الرؤية تأخذ شكلا مبسطا لعلاقة إفتراضية بين البناء الإقتصادي والعلاقات الإجتماعية من جهة، وطبيعة الثقافة المنتجة بواسطة وسائل الإعلام في المجتمع للرأسمالي من جهة ثانية، وقد ظلت هذه الرؤية التقليدية مسيطرة على بحوث الإعلام المتأثرة بنموذج التغيير البنوي، وقد طور أوتوسير وبولانتزلس هذا الإتجاه حيث ركزا على بعض مخرجات النظام الإعلامي وتأثيره في التعليم والتثنية الإجتماعية، وكون الإعلام يعمل مع الكنيسة والمدرسة والأسرة كآلوت لفرض أيديولوجية الدولة وهيمنتها^(٩٢).

لقد برز مفهوم الهيمنة Hegemony بوصفه آلية معقدة لامتلاك القوة في السياسة والإجتماع والثقافة والسيطرة على مجمل الأوضاع المجتمعية، ويتضمن مفهوم الهيمنة الثقافية للقيم ورؤية الأفراد لأنفسهم والعالم^(٩٣). وقد استخدم المفهوم في التحليل الثقافي وتحليل النظام الإعلامي وفق نموذج التغيير البنوي.

وركز تيار اليسار الجديد - الذي عرف في الستينيات - على دراسة ملكية الصحف ودور الإعلام في عملية الهيمنة في المجتمعات الرأسمالية، وأضاف إليها أبعادا جديدة تنضح في أعمال رالف ميلبند "ralph Miliband" الذي توقف عند ما تعكسه وسائل الإعلام في

المجتمعات الرأسمالية الغربية من خلافات في الرأي، وخلص رالف إلى أن وسائل الإعلام تطور هذه المجتمعات من خلال منحها إلى الإصلاح الأمر الذي يؤكد دورها الوظيفي، وأن كلا من وظيفة التعبير عن النظام والآراء المختلفة بداخله، علاوة على وظيفة الهيمنة، تعني في التحليل الأخير دعم النظام الرأسمالي^(٩٧).

ورغم أهمية هذه الإضافات إلا أن خطورة التحليل وفق نموذج التغيير البنوي تكمن في أنه يعرف الإجابة قبل أن يسأل ويركز على رؤية الاغتراب والاستغلال والاستخدام الأيديولوجي دون إهتمام بالموضوعات الأخرى، كما أن المجتمعات الاشتراكية تستغل وسائل الإعلام أكثر بكثير من المجتمعات الرأسمالية الغربية^(٩٨).

على أي حال لقد استفاد نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" من مميزات وإسهامات نموذج التغيير البنوي، وطور منها، كما استفادت البحوث التي أخذت بنموذج التغيير الإنساني من أعمال هابرماس في تفكيك اللغة وتوضيح عمليات ونظم الإتصال^(٩٩) ومن الأخذ بالأسلوب الجماعي في إجراء البحوث الإعلامية، وكذلك من المداخل التفسيرية والنقدية التي تقوم على الاستقراء inductive ، أي استنباط التعميمات من وقائع جزئية، والتحريك من المستوى الإمبريقي إلى المستوى النظري مع عدم إهمال النظرة الكلية أو الشمولية للظاهرة موضوع الدراسة، بل دراستها بشكل كلي ودراسة السياق الأشمل ، والذي لا يعنى البنية التي تحيط بالفعل أو الحدث بل يعني السياق بالنسبة للأفراد المنغمسين في الفعل الإتصالي^(١٠٠). لقد خلص جننس وميردوك (Giddens and Murdock) إلى أنه لا توجد نظرية للاتصال الجماهيري يمكن أن تتبلور بدون تناسب

مع نظرية المجتمع وموضع عمليات الإتصال في المجتمع^(١٠١) بينما أكد فرد إنجلز (Feed Inglis) على ضرورة أن تحافظ نظرية الإعلام على حق الفرد في التأويل الذاتي لما يراه من أحداث ومشاهد ومواد إعلامية مختلفة، كما يجب ألا نفرق في فهم نظرية الإعلام وتأثير الإعلام على المشاهد من منظور الخلفية الاقتصادية السياسية فقط، فهذه الخلفية مهمة لكن هناك أبعاد أخرى ينبغي الاهتمام بها^(١٠٢).

وفي مجال دراسة الرأى العام تتجلى الطبيعة النقدية لهذا النموذج في أوضح صورها عند دراسة الرأى العام، إذ ينظر ممثلو هذا النموذج أو المتأثرون به إلى الرأى العام كما تعرفه وتتحدث عنه قياسات الرأى العام كظاهرة غير موجودة في الواقع، لأن هذه القياسات على اختلاف تخصصاتها تفترض أن الرأى العام يقوم على النموذج النقي للمجتمع التنافسي كما صاغه جان جاك روسو حيث كان الأفراد متساوين، لكن هذه الفرضية غير قائمة الآن^(١٠٣).

ويعني ذلك أن نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" ينظر إلى الرأى العام كظاهرة تاريخية عرفتھا المجتمعات الأوروبية في مرحلة من مراحل تطورها الرأسمالي وسيادة الفكر الليبرالي، ثم انتهت واختفت هذه الظاهرة من المجتمعات الرأسمالية المعاصرة.

أما ما تقدمه استطلاعات الرأى العام من نتائج فهو مجرد قياس لقدرة الطبقات الحاكمة على السيطرة الإجتماعية وتزييف وعي الجماهير، وفي هذا الصدد يذكر شيللر "أن استطلاع الرأى يمكن، من الوجهة النظرية، أن يكون أحد أشكال التكنولوجيا المحايدة، ولكنه يلعب بمجرد الشروع في استخدامه دوراً في صياغة السياسات يخدم نوعاً من الهدف

الإجتماعي المعتاد، ولقد أضاف استطلاع الآراء أداة جديدة ومرنة للغاية لمجموعات الأدوات المعاصرة للسيطرة الإجتماعية" (١٠٤).

ومثل هذا المنظور يوضح ندرة اهتمام ممثلي هذا النموذج بوضع تعريفات للرأى العام، أو تحليل عملية تكوين الرأى العام وتأثيره في السياسة العامة. وتركيزهم في المقابل على نقد الإنتاج النظري والممارسات العملية وخاصة قياسات الرأى العام، ومطالباتهم بإجراء تغييرات هيكلية في بنية المجتمع وعلاقات القوى والسيطرة، بما يضمن المساواة بين الأفراد وللتدفق الحر للأخبار والمعلومات وحرية الرأى والتعبير (١٠٥).

ولتوضيح نظرة ممثلي نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" لابد من التوقف عند أفكار هبرماس عن الرأى العام والميدان والمجال العام Public Sphere والتي أثرت في عدد كبير من المهتمين بدراسة الرأى العام رغم طبيعتها الفلسفية المعقدة، وقد وردت هذه الأفكار في أطروحته الثانية للدكتوراه عام ١٩٦١ ، التي نشرت في كتاب بعنوان الميدان العام The public sphere عام ١٩٦٢، والكتاب هو دراسة للدعاية والإعلام كوسيلة فعالة ومباشرة من وسائل هيمنة الدولة ومؤسساتها البيروقراطية بحيث تسهم في تكوين رأى عام يوازي أهدافها على الدوام، ولا تسمح لهذا الرأى بأن يتعارض مع برنامجها ومشروعها العام في السيطرة (١٠٦).

ويوضح الكتاب للتطور التاريخي لهذه العملية المعقدة بدءاً من نهاية القرن السابع عشر وأوائل القرن الثامن عشر، حيث برز دور الطبقة البورجوازية في قيادة عملية التحول الرأسمالي على أنقاض النظام

الإقطاعي، في هذا السياق ظهرت أسس الحوار والمناقشات العامة الحرة ثم المؤسسات التمثيلية.

والمسألة الأساسية عند هيرماس أن المجال العام ارتبط بهذه التحولات، ويعتبر الميدان العام ساحة اللقاء والصراع بين الدولة والمجتمع المدني، وميدانا يتوسط بينهما. والميدان العام أيضا هو الإطار الذي يظهر فيه الرأي العام نتيجة الجدل والنقاش والتفاعل الحر بين المواطنين على أسس من حرية الرأي والاجتماع والتعبير حول المسائل العامة التي تهم المجتمع. وتؤدي هذه الضمانات إلى آراء نقدية لمسلطة الدولة، علاوة على تنظيم الجمهور لنفسه وتشكيل رأي عام مؤثر.

هكذا ارتبطت نشأة كل من المجال العام والرأي العام بانهيار النظام الإقطاعي والتحول الرأسمالي ونشأة الدولة القومية الحديثة. ويرى هيرماس أن المجال العام يتطلب عمل وتنافس كل مؤسسات المجتمع وللتدفق الحر للمعلومات وحرية الاجتماع والتعبير لأنسه الذي يضمن سيطرة المجتمع المدني، لكن مع تطور المجتمعات الرأسمالية الحديثة وظهور دولة الرفاهية الاجتماعية تقلصت أو اختفت الأسس التي يقوم عليها المجال العام، وبالتالي ضعفت فرص وقدره الجمهور على تنظيم نفسه بشكل حر وللتعبير عن نفسه من خلال الرأي العام^(١٠٧).

والملاحظ أن نقاش هيرماس لأزمة المجال العام والرأي العام ارتبط بالخبرة الأوروبية للتاريخية لأوروبا وللتطور الرأسمالي الذي حدث فيها، وأنعكاس ذلك على تطور وسائل الإعلام الحديثة، والدعاية باعتبارها من بين أدوات الميدان العام، إلا أنها خضعت للسيطرة والتوجيه من قبل الدولة والطبقات الاجتماعية الحاكمة، فالميدان العام يدعم المجتمع المدني

ويستخدم العمليات الديمقراطية لتحديد الأهداف والمعاني من أجل تعاون الدولة والجمهور، ويفترض أن تقوم وسائل الإعلام بدور أساسي في هذه العمليات من خلال تقديم الأخبار والمعلومات (١٠٨).

لكن كل ذلك تقلص واختفى الأصل النقدي في المناقشات وأنحصرت حرية للرأى العام المباشرة التي تمتع بها سابقاً، وأخذ يتكون ويعبر عن نفسه بشكل غير مباشر، وفي أشكال وسيطة.. وغابت الإتصالية النقدية الأولى لتحل محلها اتصالية وسيطة هي انعكاس لرأى مؤسسات ثقف وراءها وتتسج أفكارها الأساسية فتؤثر على الرأى الإجتماعي لتخلق ما يسمى بالرأى العام المعاصر الذي يعكس بشكل أو بآخر مصلحة هذه المؤسسات (١٠٩).

هكذا أنحصر الإطار التحليلي لهبرماس في المجتمعات الأوروبية الرأسمالية، وبالتحديد التطور الرأسمالي في غرب أوروبا، الأمر الذي يقلل من مصداقية وفاعلية للتحليل إذا ما طبق على مجتمعات غير أوروبية ربما لم تعرف المجال العام أو لم تعرفه بالمفهوم الذي طرحه هبرماس، كذلك فإن أفكار هبرماس للخروج من أزمة الميدان العام والرأى العام ترتبط بظروف وأوضاع المجتمعات الأوروبية حيث دعا إلى استعادة وتطوير النقاش الحر والعمليات الاتصالية النقدية التي عرفتھا المجتمعات الرأسمالية عند نشأة الدولة للرأسمالية.

خلاصة القول أن أفكار هبرماس عن الميدان العام والرأى العام مازالت تمثل نموذجاً ملهماً لعدد كبير من الباحثين، ومع ذلك فإن الباحث العربي لابد أن يشير إلى أن تحليل هبرماس ومقترحاته لتجاوز أزمة تعريف الرأى العام تعكس في مجملها خصوصية المجتمع الأوروبي

وخبرته التاريخية، وهي ليست سمة تخص أفكار هابرماس بل إنها سمة عامة تشترك فيها - كما سبقت الإشارة - معظم الأعمال النظرية والممارسات الميدانية في مجال دراسة الرأى العام، الأمر الذي يدعو إلى التعامل معها بحذر والإستفادة منها في ضوء الأوضاع المجتمعية والثقافية والظروف التاريخية للمجتمع المصري.

على أي حال لقد نفت هابرماس الأتظار إلى أهمية التحليل التاريخي لظاهرة الرأى العام وتطورها في ضوء تطور المجتمعات الرأسمالية وتوزيع القوى في المجتمع وتأثيرها على النظام الإتصالي، وقد ظهرت عدة قياسات وتقسيات لمراحل تطور الرأى العام استنادا إلى فرضيات نموذج للتغيير الإنساني.

ومن بين هذه التغييرات ما قدمه توم بيرنس Tom burns حيث أشار إلى أن التغييرات التي حدثت في بنية المجتمع الرأسمالي تحققت من خلال الإستجابة للضغوط التي تحدث من خلال العملية البرلمانية، أو من خارجها، وقد أمكن خلق وعي بالضغوط التي تحدث من خارج العملية البرلمانية والانتخابات بواسطة أربعة أشكال رئيسية للتعبير عن الرأى العام هي:-

- ١- الإجتماعات والمظاهرات.
 - ٢- الكلام أو الكتابة.
 - ٣- بعض الأعمال التي تعبر عن مظاهر قلق إجتماعي وسياسي كأعمال الشغب والاعتصامات.
 - ٤- أعمال تحدث للضغط من أجل التغيير مثل الأعمال المدنية أو الثورة.
- لقد ظهرت الأشكال الأربعة في القرن العشرين، وظهر الشكلا الأول والثاني خلال القرن التاسع عشر، وخلال الستينيات من هذا القرن

حدث تغيير لتأكيد ودعم تأثير هذين الشكلين، وذلك لعدة أسباب منها الطبيعة الدولية للاقتصاد السياسي والاجتماع، وكثرة وتنوع الوسائل التي يعبر الرأي العام بها عن نفسه، لكن إلى جانب ذلك برزت السيطرة الحاسمة والمكثفة على الرأي العام، من خلال عمل المتخصصين مثل السياسيين المحترفين والإعلاميين المتخصصين^(١١٠).

ويمكن القول أن اهتمام نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" بالتأصيل التاريخي لأزمة الرأي العام يمثل أحد أهم إسهاماته، وخاصة أنه يربط بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية وتطور وسائل الإتصال في المجتمعات الرأسمالية، أو ما أطلق عليه أرماند ماتلارت للتحليل الطبقي للاتصال الذي ينظر لوسائل الإعلام والمضامين التي تقدمها في ضوء علاقات القوى والسيطرة بين الطبقات داخل المجتمع والأيديولوجيا السائدة، علاوة على الإنتاج الرأسمالي للإعلام والثقافة والرأي العام، الذي يتألم مع الإعلام والثقافة وقياسات الرأي العام كسلع تخضع للربح والخسارة ولأنواق المستهلكين، وينتهي هذا التحليل إلى أن أزمة الرأي العام هي نتيجة لتزيف الوعي الاجتماعي^(١١١).

وكان هبرماس قد أشار إلى تحول الثقافة إلى سلعة في المجتمع الرأسمالي وسيطرة الدعاية على مجالات ووسائل الميدان العام بحيث أصبحت قادرة على تكوين رأي عام يبرر هيمنة الدولة على المجتمع وفق صور جديدة مع الحفاظ على قوتها ومحتواها بمساعدة شبكة كبيرة من المؤسسات التابعة للدولة كالصحافة اليومية الموجهة سياسياً أو عن طريق الانتخابات، ويخلص هبرماس إلى أن الرأي العام في حقبة الدعاية الشاملة ذات الطبيعة الاحتكارية غدا عربة تقودها إرادة السلطة القائمة وتوجهاتها في حين كان ينبغي أن يكون هذا الرأي هو الدليل الذي يوجه سياسة

السلطة وقراراتها، لكنه قد تخدر وغدا محض رضاء عام وموافقة جماعية مصنعة ومسيبة وجاهزة لتأييد السلطة في كل موقفها أو مستعدة للتهليل والتهافت في حياة النظام السياسي والحكومة الراهنة^(١١٢).

حصار ما سبق، يرى ممثلو نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" أن الرأي العام في صوره المعاصرة وخاصة نتائج استطلاعات الرأي العام والانتخابات، ما هو إلا محصلة أو نتيجة للوعي الاجتماعي الزائف الذي تخلفه وتروج له الدولة ومؤسساتها المختلفة، لذلك أشار توم بيرنس Tom Burns إلى أشكال من الرأي العام تعبر عن نفسها خارج مؤسسات الدولة، ومن جهة ثانية أكد بوردييه Bourdieu أنه لا وجود لرأي عام حر وقادر على توجيه سياسة الدولة^(١١٣). بينما أشار السيد يسين إلى أزمة الرأي العام في مختلف النظم السياسية المعاصرة الليبرالية والشمولية والتملطية نتيجة "القيود المفروضة على تشكيل الوعي الاجتماعي بما يتضمن ذلك من تقييد حرية الرأي ووضع العقوبات أمام معرفة الأخبار وتداولها والرقابة المباشرة وغير المباشرة على حرية النشر والتعبير، وعمليات الدعاية والإعلام التي يقصد منها خلق وعي زائف أو مقيد أو محاصر، كل هذه القيود تمنع واقعا تكون رأي عام حقيقي ومؤثر وفعال وقادر على القيام بوظائف الرقابة على أجهزة الدولة ومؤسساتها ونقد ممارسات السلطة ومياساتها في المجتمعات السياسية المعاصرة"^(١١٤).

إن تأكيد نموذج التغيير الإنساني "النقدي الجديد" على العلاقة الوثيقة بين الرأي العام والوعي الاجتماعي الصحيح قد انعكست على المحاولات القليلة لتعريف الرأي العام التي قدمها ممثلو هذا النموذج، إذ ركزت هذه المحاولات على عنصر الوعي الاجتماعي. في هذا السياق

عرف فريدريش بولوك Fridrich Pollock أثر رأي العام بأنه ليس شيئاً في ذاته، بل هو انعكاس للظروف والأوضاع الاجتماعية التي تربط الناس بعضهم ببعض، وتحديد خبرتهم بكونهم أفراداً لهم وجود مستقل إلا أن هذه الظروف والأوضاع الاجتماعية تؤكد نفسها فوق إرادة الأفراد^(١١٥).

وقد مختار للتهامي تعريفاً رائداً للرأي العام بوصفه "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يخدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشراً"^(١١٦) وقد أوضح مختار للتهامي للعناصر الستة التي يقوم عليها تعريفه وهي: -

الرأي السائد بين أغلبية الشعب مع احترام الآراء المخالفة. أما عنصر الوعي أو الأغلبية الواعية فيعني "إيراز دور ومسائل الإعلام والتوعية والتنظيمات السياسية للشعبية في لقاء الأضواء على المسائل العامة التي ينبغي أن يلم بها الشعب إماماً صحيحاً، أو التي قد لا يدركها الشعب بسبب الجهل أو قصور الوعي لنقص وسائل الإعلام والتوعية، ذلك أن من لا علم له لا رأي سديد له".

والعنصر الثالث هو الجدل والنقاش لأن الجدل من شأنه الوصول إلى الحقيقة على أساس التفكير الملميم الذي هو أساس تكوين الرأي العام. والعنصر الرابع للتوقيت.

والعنصران الخامس والسادس أن تمس القضية موضع الجدل والنقاش المصالح المادية للأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية^(١١٧).

وكان مختار للتهامي قد أضاف العنصر الأخير في ضوء متابعته لأشكال الاحتجاج التي ظهرت في أوساط الرأي العام الأمريكي ضد العدوان الوحشي الذي قامت به الحكومة الأمريكية ضد الشعب الفيتنامي.

ويتميز تعريف مختار التهامي عن التعريفات العربية والأجنبية للرأي العام بتركيزه على عصري الوعي والمصلحة المشتركة، وتعريفه لهذه المصلحة على أسس مادية وثقافية، أي أنه اهتم بالعوامل الثقافية والقيمية على قدم المساواة مع المصالح المادية المباشرة أو غير المباشرة، وينضج هذا الإهتمام أيضا في مقومات الرأي العام كما يحددها مختار التهامي وهي: العادات والتقاليد والقيم المتوارثة، الدين والأوضاع السياسية والإقتصادية داخل الدولة والثورات والتجارب والأحداث الهامة في حياة الشعوب والزعامة والأوضاع الدولية والمنساج الثقافي والفني والإعلامي^(١١٨).

وفي كلمات مختصرة يمكن النظر إلى إضافات مختار التهامي في تعريف الرأي العام من زاوية أساسية هي الوعي، إذ إن عملية الوعي تتضمن معرفة الحقائق وإدراك المصالح المادية والثقافية - للقيمة للأغلبية، لكن المتأمل في المقصود بالوعي وشروط هذا للوعي يدرك صعوبة أو ندرة ظهور رأي عام ينطبق عليه هذا التعريف.

ولاشك أن عنصر الوعي هو أحد أهم إسهامات نموذج التغيير الإنساني وخاصة أنه قد أدى إلى القول بعدم وجود الرأي العام، والكشف عن أشكال وآليات تزييف أو تقييد الوعي والرأي العام. وهذا الإسهام لم تتطرق إليه دراسات الرأي العام التي التزمت بالنموذج المعرفي أو النموذج الوظيفي أو نموذج التفاعلية الرمزية، إذ أن هذه النماذج تعاملت مع الرأي العام وفق رؤية وضعية تتعامل مع ما هو موجود وتسعى إلى رصد وتحليله دون البحث عما وراء الظواهر وما يبعث على تغيير الواقع للأفضل.

التعريف الذي تتبناه الدراسة:

في هذا السياق تتبنى الدراسة تعريفا للرأي العام يتفق إلى حد كبير مع تعريف مختار التهامي. فالرأي العام هو وعي أغلبية المواطنين في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر تكون موضع خلاف ونقاش عام وصراع لأنها تمس المصالح المادية أو الثقافية لهذه الأغلبية.

ويفترض هذا التعريف أن قضايا محددة تحوز إهتمام الجمهور العام في فترة زمنية ترتبط بحدث أو أحداث محددة، في مكان معين، يعكس خصوصية المجتمع وثقافته وتوازن القوى الاجتماعية والاقتصادية فيه، فضلا عن تعارض الآراء والنقاش أو الصراع بين الأفراد والجماعات التي تكون الجمهور العام حتى يتبلور في النهاية الرأي العام.

وينطوي هذا التعريف على إشكالية المقصود بالوعي الذي هو شرط أساسي كي تصبح الأغلبية ممثلة للرأي العام لا مجرد كتلة زائفة الوعي، ويمكن القول أن وعي أغلبية الشعب هو قدرة الأفراد والجماعات التي تشكل الأغلبية العديدة على معرفة الحقائق والمعلومات والآراء المرتبطة بالقضية موضوع الجدل والصراع، وإدراك جوانبها المختلفة، والقدرة على تحليل علاقاتها بالواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي السائد، وتجنب العناصر والمصالح الذاتية أو الجماعية القريبة لصالح أغلبية المجتمع ومستقبله.

ولاشك في صعوبة تحقيق عنصر وعي الأغلبية إزاء كل القضايا الخلافية التي تشغل الجمهور في كل المجتمعات مع اختلاف الدرجة بين المجتمعات الليبرالية والتسلطية والشمولية، نظرا للخلافات الثقافية والسياسية ومدى الحرية التي يتمتع بها الإعلام بعيدا عن تدخل الحكومات أو القوى الاقتصادية والاجتماعية والشركات متعددة الجنسية المسيطرة. من هنا قد يكون من الصعب أو النادر ظهور رأي عام حر تجسده أغلبية

حرة، وبالتالي يمكن القول بأن الدراسة تتبني تعريفا للرأي العام الحر أو ما ينبغي أن يكون، ومثل هذا التعريف شبيه بما كان موجودا في بداية نشأة المجتمع الرأسمالي على حد ما ذهب إليه هابرماس، أو ما كان موجودا في مراحل عديدة من تاريخنا العربي - الإسلامي، وتاريخ مجتمعات أخرى، حيث تمكنت الأغلبية الواعية من التعبير عن آرائها وفرض إرادتها على الحكام أو قوات الاحتلال الأجنبي عبر ثورات وحركات تحرر وطني.

وفي كل الأحوال فإن الرأي العام وفق التعريف الذي تتبناه الدراسة غير موجود دائما في الواقع، لكنه قد يتكون إذا توافرت مقوماته بغض النظر عن قدرة الأغلبية الواعية أن تعبر عن رأيها أو تلزم الحكومة باتباعه، فقد تحول أجهزة الدولة القمعية أو القوى الاجتماعية المسيطرة بينها وبين ذلك، كما قد لا تعكس استطلاعات الرأي دائما بحكم طبيعة المؤسسات التي تقوم بها والأدوات المستخدمة في القياس رأي هذه الأغلبية الواعية، وبالتالي تصبح مجرد استطلاعات للرأي وليس للرأي العام، لكنها تدعي التعرف على الرأي العام وتحاول تزييفه. ومع ذلك فإن الرأي العام الحر قد يعبر عن نفسه مهما كانت طبيعة النظام السياسي وأساليب القهر التي تستخدمها الحكومات والقوى الاجتماعية المسيطرة، سواء من خلال استطلاعات للرأي العام أم ثورات تغير مجرى التاريخ كما حدث في الثورة الإيرانية عام ١٩٧٨، وثورات شعوب أوروبا الشرقية ضد الحكومات الشيوعية أواخر الثمانينات.

خلاصة القول أن الرأي العام ظاهرة اجتماعية ترتبط وجودا وعدمها بمقومات وشروط وعي الأغلبية بقضية تمس مصالحها ويدور حولها جدل وخلاف ونقاش عام، بغض النظر عما إذا ألتيحت له فرص التعبير عن وجوده والتأثير في المجتمع.

مراجيع وهوامش الفصل الأول

- Melven L. Defleur & Sandra Ball Rokeach, Theories (١)، (٢)
Mass communication, London, 1989, P. 30.
- (٣) السيد يسين، السياسة السكانية والتنمية، نحو منهج مقترح لتحليل
للتراث العلمي، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد، العدد الثاني، مايو
١٩٩١ ص ٥٥ - ٨٤.
- (٤) توماس كون، بنية التراث العلمية، ترجمة شوقي جلال، سلسلة عالم
للمعرفة، العدد ١٦٨، (الكويت: المجلس الوطني والفنون والآداب،
١٩٩٢) ص ٢٤٤.
- (٥) السيد يسين، مرجع سابق.
- (٦) توماس كون، مرجع سابق.
- Arthur Asa Berger, Media analisis techniques (London: (٧)
sage Publication Inc, 1982) P. 63.
- W. Phillips davis, the public opinion process, public (٨)
opinion quarterly, Vol, 22, 1958. PP. 91 - 106.
- (٩) مختار التهامي، للرأي العام والحرب النفسية للقاهرة: دار المعارف، ١٩٧٢،
ص ٢١.
- (١٠) أحمد بدر، مرجع سابق، ص ٣٣.
- Morris Janowitz, eds, op, cit, p. 1. (١١)
- James Bryce, the nature of public opinion, Deniel Katz, (١٢)
Dor-win Cartwright, Samuel eldersveld and alfred Mc
Cliung, eds, (New York: holt, rinehart and winston, mc,
1964).
- A. Lawrence lowell, public opinion and popular (١٣)
government, in morris Janowitz and paul hirsch, eds, op,
cit, pp. 10 - 16.

- W. Phillips Davison the future study of public opinion: A symposium, les Bogart, ed, Public opinion Quarterly. Vol, 51. 1987. Pp. S173 – S191. (١٤)
- Floyd Allport, towards a science of public opinion quarterly, Vol. 1, pp,1 –25. (١٥)
- أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة (القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٧٧، ص ٢٥). (١٦)
- Morris Janowitz and paul Hirsch, op, cit, P. 51. (١٧)
- Robert. E. Lanc and david . O. sers, public opinion, (New delhi, prentic, hall of india, 1965) p. 75. (١٨)
- Busil Bemstein, Social vlass, Longuge and Socializatjion, in John corner and Jeremy Hathorn (eds) communication studees, an introductory reader, third edition (London: edward arnold, 1990)pp 59 – 67. (١٩)
- Mevin L. Defleur and Sandra Ball – rokeach, op, Cit, P.45, P255.
- فرج كامل، تأثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية والاجتماعية (القاهرة: دار الفكر العربي ، ١٩٨٥) ص ١٢ – ١٤. (٢٠)
- Melvin L. deffleur and sandra Ball – Rokech, op, Cit, P.P 40 –41. (٢١)
- ناهد رمزي، الرأي العام وسيكولوجيا السياسة (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٩١) ص ٢٨. (٢٢)
- لمزيد من التفاصيل انظر:- (٢٣)
- فرج الكامل، تأثير وسائل إلتصال، مرجع سابق.
- ج. ب هو غ. د ليفيك ا. مور أن بلتعاون مع ب لوبيز غونزالز، الجماعة السلطة والاتصال، ترجمة نظير جاهل (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ١٩٩١) ص. ١٦٨. (٢٤)

- (٢٥) اريك فروم، الإنسان بين الجوهر والمظهر، ترجمة سعد زهران (للكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٩) ص ١٠٢.
- (٢٦) محمد شحاته ربيع، قياسات في علم النفس الاجتماعي (القاهرة د. ن، ١٩٧٧) ص ١٦٩.
- (٢٧) Bernard C, Hennessy, public opinion (Belmont, California: duxbury Press, 1975) PP.
- (٢٨) عبد المتار إبراهيم، مرجع سابق، ص ٢٣٦ - ٢٣٩. وناهد رمزي، مرجع سابق، ص ٧٨.
- Bernard C. Hennessy, op, cit, P. 152.
- (٢٩) ناهد رمزي، الرأى العام وسيكولوجية السياسة، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩١) ص ٥٣ - ٧١.
- (٣٠) محمد على محمد، مرجع سابق، ص ٤٠ - ٤٤.
- (٣١) محمد على محمد، مرجع سابق، ص ٤٢.
- Charence schetter, Public opinion in american society (new York: karper and Brothers, 1960) P.4.
- (٣٢) V. O. key, Jr, public and american democracy (New York: noph, 1961) P.14.
- (٣٣) Ibid, PP, 532 - 545.
- (٣٤) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١٦.
- (٣٥) M. Abdel - Kader htem, information and the arab Cause (london: Longman, 1974) PP. 65 - 84.
- (٣٦) Charence schetter, op, cit, P.9.
- (٣٧) Gabriel Almond, public opinion and national security policy, public opinion quarterly, xx, 1956, PP. 371 - 378.
- (٣٨) Kurt long and Gladys engel, the mss media and voting, morris janowitz and paul hirsch, op, cit, pp. 327 - 340.
- (٣٩)

- Richard Brody, Kurt long Gladys engel lang, les bog art, (٤٠)
ed, op, cit.
- مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، (٤١)
ص ٩١ - ٩٩.
- Alèx S. Edelstein, Yuichi Ito and hans mathias (٤٢)
kepplinger, op, cit, P. 187.
- ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ٣٧ - ٣٨. (٤٣)
- James, J. Best, op, cit, P.27. (٤٤)
- عبد الباسط عبد المعطي، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، (٤٥)
(الكريت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨١)
ص ١٥١ - ١٥٢.
- M. Haralambos and M. Holborn, op, cit, pp. 9 - 10. (٤٦)
- عواطف عبد الرحمن، إشكاليات الإعلام التتموي في الوطن العربي (٤٧)
(القاهرة: دار الفكر العربي، د. ت) ص ١٧ - ٢١.
- جيهان رشتي، الأمس الطمينة لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر (٤٨)
العربي، ١٩٧٨ ص ١٩٨ - ٢٠٥.
- عواطف عبد الرحمن، الإتجاهات النقدية في بحوث الإعلام، القياسات، (٤٩)
الإعلامية، العدد ٣٤، سبتمبر ١٩٨٦، ص ٢٩ - ٤٠.
- مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٧٣. (٥٠)
- Floyed allport, op, cit. (٥١)
- W. phillips Savison, the public opinion process. op, cit, (٥٢)
pp, 1 - 25.
- Leonard, W. Doob , public opinion and propaganda (٥٣)
(hande, connecti-cut: archon books, 1966) pp, 35 - 59.
- Ibid, PP. 87 - 88. (٥٤)

- William Albigh, modern public opinion (mc Craw hill) (٥٥)
1956) pp. 3 – 6.
- Clarence Shettler, op, cit, PP, 4 – 8. (٥٦)
- أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأى العام ورسائله الديمقراطية (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٦٨) ص ٤٨. (٥٧)
- المرجع السابق، ص ١٠٦ – ١٠٨. (٥٨)
- عبد الغفار رشاد، الرأى العام: دراسة في النتائج السياسية (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٤) ص ٩ – ١٠. (٥٩)
- William J. Grooty, introduction: the nature and meaning of public opinion, in public opinion and politics, Areader ed, William J. Crootty (New York: halt, rinehart and winston, Inc, 1970) p.4. (٦٠)
- أحمد بدر، مرجع سابق، ص ٥٢. (٦١)
- كمال المنوفي، الرأى العام في الدول النامية، بينته ومشاكل قياسه، في ندوة قياس الرأى العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٦٤. (٦٢)
- لمزيد من التفاصيل أنظر:- (٦٣)
- Gerald pomper, Voters choice, varieties of american electoral behavior (new York: dodd, mead company, 1975)
- Clarence Schettler, op, cit,P. 24.
- ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ٢٨. (٦٤)
- ولحمد بدر، مرجع سابق، ص ٥٣.
- شاهيناز طلعت، مرجع سابق، ص ٦٤. (٦٥)
- Daniel Latz, the functional approach to the study of attitudes, public opinion quarterly Vol. XXIV, summer 1960, pp, 163 – 176. (٦٦)

- Herhert C. Kelman , processes of opinion Change, public opinion quar-terly, Vol. Xxv, dpring 1961, pp. 57 – 78. (٦٧)
- Robert, E. Lane and david, O. sers, public opinion, (New Delhi, prentic –hall of india, 1965) PP. 88 – 93. (٦٨)
- Norman h. nie with Kristi andersen, mass belief sustems revisited: Political change and attitude structure, in moris Janowitz and paul hirsch, (eds), op, cit, PP. 138 – 146. (٦٩)
- Denis mcquail, the influence and affects of mass media, mor-ris janowitz and paul hirsch (eds), op, cit, PP. 266 – 268. (٧٠)
- M. haralambos and M. Holbrn, op, Cit, pp, 15 – 17 and, pp 799 – 803. (٧١)
- محمد على محمد، أصول الاجتماع السياسي والمجتمع في العالم الثالث، الجزء الأول، الأسس النظرية والمنهجية (الإسكلندية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥) ص ٣١٤. (٧٢)
- المرجع السابق، ص ص ٣٢٧ – ٣٢٩. (٧٣)
- M. Haralambos and M. Holborn, op. Cit, pp, 806. (٧٤)
- B. N. Meltzer, J. W. Petras and I.T. Reynolds symbolic interactio-nisme (london: R. K. P, 1975) P. 97. (٧٥)
- Melvin L. defleur and Sandra rokeach, op, cit, pp, 250 – 259. (٧٦)
- Ibid. P. 259. (٧٧)
- Walter Lippmann, stereotypes, Morris Janowitz and paul hirsch, op, cit, pp. 29 – 37, quit-ed from public opinion Walter Lippmann, public opinion, macmillan publishing, 1950, pp. 59 – 70. (٧٨)
- Clarence Schettler, op, cit, P. 13, p. 22. (٧٩)

- (٨١) ناهد صالح، إمكانية قياس الرأى العام في الدول النامية، في ندوة قياس الرأى العام في مصر (القاهرة: المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائسية، ١٩٨١) ص ١٠٥.
- (٨٢) المرجع السابق، ص ١٠٦.
- Charence Schettler, op, cit, P. 7. (٨٣)
- Charence Schettler, op, cit, pp. 31 – 42. (٨٤)
- Alex S. Edelstein youichi Ito and hans mathias Kepplinher, op, cit P, 189. (٨٥)
- Arthur sea berger, op, cit, pP, 46 – 47. (٨٦)
- المسيد يمين، مرجع سابق. (٨٧)
- Tony Dunn, The evolution of Cultural studies, davis punter (ed), op, Cit. P. 71. (٨٨)
- لمزيد من التفاصيل أنظر: (٨٩)
- أنور عبد الملك، ربح الشرق (القاهرة: دار المستقبل العربي، ١٩٨٤).
- Tim Dant, Knowledge ideology and discouse (london: routledge, 1991) P. 231. (٩٠)
- Tony dunn, op, Cit, P. 88. (٩١)
- Dallas W. Smyth, Dependency road: Communication Capitalism, Consciou sess and Canda (Norwood, new dersey: Ablex, 1982) PP 25 – 26, 263. (٩٢)
- Grabam murdock and Peter Golding, Communication and class relations, op. Cit, pp. 33 – 34.
- Fred Inglis, Media theory, op. Cit , PP, 48 – 50.
- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم للثالث (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٧) ص ٤٦ – ٥٧. (٩٣)
- Arthur Asa Berge, op. Cit, pp. 44 – 54. (٩٤)

- Crabam Murdo and Peter Golding, capitalism, (٩٥)
Communication and class relation, (eds) James Curran,
Michael Gurevitch and Janet Wollacott in mass com-
munication and Society, (London: edward, arnold, (1977)
pp 33 – 34.
- Raymond Williams, Marxis and literature (london: (٩٦)
Oxford University press, 1977) p.p 108 – 110.
- Ralph Miliband, the state in Capitalist society (London : (٩٧)
Weiden-feld and niclson, 1969) PP. 197 – 198.
- Arther asa berger, op. Cit, P.P. 64 – 66.
- لمزيد من التفاصيل أنظر (٩٨)
- Jurgen Habermas, Communication and the evolution of (٩٩)
so-ciety thomas mccarthy (Boston: Beacon press, 1979).
- عواطف عبد الرحمن، الاتجاهات النقدية في بحوث الإعلام ، مرجع (١٠٠)
سابق، ص ٢٩ – ٤٠.
- P. Gidden and G. Murdock, theories of communication (١٠١)
and theories of Society, Commuication research, 1978,
No. 5, PP, 339 – 356.
- Fred Loglis, op, Cit, P. P, 186 – 187. (١٠٢)
- Friedrich pollock, empirical research into public opinion, (١٠٣)
paul connerton ed, critical sociology (london: penguin,
books 1976) P. 233.
- هربرت. أ. شيلار، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٥٦. (١٠٤)
- لمزيد من التفاصيل أنظر:- (١٠٥)
- A. Mattelart and S. siegelaub, eds, communication and
class struggle, 1, capitalism, imperialism, N. Y: .
international general, 1979.
- hans magnus enzenberger, the conciousness industry: on
literature, politics and the edia (continuum books, 1974).

- (١٠٦) علاء طاهر، مدرسة فرانكفورت، من هوركهايمر إلى هابرماس (بيروت: منشورات مركز الإنماء القومي، د. ت) ص ٨٩، ٩٨.
- Habermas, the public sphere, A. mattelart and S. siegelaub, op, cit, PP. 191 – 198. (١٠٧)
- Alex S. Edelstein, youici Ito and hans mathias Kepplinger, op, cit, pp. 108 – 109. (١٠٨)
- علاء طاهر، مرجع سابق، ص ١١١. (١٠٩)
- Tom Burns, the organization of public opinion, James curran, michael carneithand janet Woollacott, (eds) mass communication and society (london: edward arnold publishers, Lts, 1977) PP. 64 – 65. (١١٠)
- P. Bourdieu, public opinion does not exist , A. Mattelart and S. siegelaub (eds) op, cit, p. 120 – 128. (١١١)
- علاء طاهر، مرجع سابق، ص ١٠٦ – ١٠٧. (١١٢)
- P. Bourdieu, public opinion does not exist, op, cit, pp. 120 – 124. (١١٣)
- (١١٤) السيد يسين، أزمة للرأي العام ومشكلات الوعي الاجتماعي زائفا ومقيدا ومحاصرا، في ندوة قياس للرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٨٢ – ٨٣.
- Friedrich Poollock, op, cit, PP. 230 – 231. (١١٥)
- مختار التهامي، للرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٢٥. (١١٦)
- للمرجع السابق، ص ٢٥ – ٢٦. (١١٧)
- للمرجع السابق، ص ٢٩ – ٤٦. (١١٨)



الفصل الثاني

إشكاليات قياس الرأي العام

الفصل الثاني

إشكاليات قياس الرأي العام

سعت الدراسة في الفصل الأول إلى تحديد النماذج الإرشادية التي أثرت في دراسات الرأي العام ومحاولات تعريفه، غير أن استكمال فهم وتحليل الرأي العام يتطلب دراسة استطلاعات للرأي العام وأساليب قياسه ومدى دقتها، وذلك باعتبارها تمثل المحك العملي أو الممارسة المتاحة لاختبار كثير من مفاهيم ونظريات الرأي العام. وعلى هذا الأساس يسعى الفصل الثاني إلى مناقشة إشكاليات قياس الرأي العام، وقد استدعى ذلك تخصيص المبحث الأول لتقديم عرض تاريخي موجز وسريع لنشأة وتطور الاستطلاعات، وتتوالى المبحث الثاني استطلاعات الرأي العام بين المعارضين والمؤيدين.

ونظرا لأهمية أدوات وإجراءات القياس في الجدل بين المؤيدين والمعارضين فقد عالج المبحث الثالث طبيعة القياس ومدى دقته وموضوعيته في العلوم الاجتماعية كنموذج لتحليل إشكاليات قياس الرأي العام والتي ارتبطت بثلاثة أبعاد هي: الاختلافات الثقافية، وإجراءات وأساليب القياس، والقواعد المهنية التي تحاول تنظيم ممارسة عملية القياس وضمان دقتها وموضوعيتها.

وفي نهاية الفصل قدم الباحث رؤيته لقياس الرأي العام ومدى دقته وموضوعيته.



المبحث الأول

نشأة وتطور استطلاعات الرأي العام

تجدر الإشارة في البداية إلى عدم وجود خلاقات في المعنى أو الاستخدام بين كلمتي Poll استطلاع ومسح Survey فكلتاها تشير إلى طريقة منظمة لجمع المعلومات من عينة مسحوبة من مجتمع أكبر، ورغم اختلاف الأصل اللغوي للكلمتين إلا أنهما تستخدمان بمعنى واحد^(١).

ويتفق أغلب الباحثين والمشتغلين في حقل استطلاعات ومسوح الرأي على أن عام ١٩٣٥ قد شهد بداية الاهتمام العلمي المنظم لإجراء استطلاعات الرأي العام، عندما نشرت مجلة Fortune magazine في يوليو ١٩٣٥ أول استطلاع قام به الموروبر Elmo Roper وزميله بأول شرنجتون وريتشارد وود، وفي أكتوبر من العام نفسه بدأت مؤسسة جورج جالوب George Gallup تقديم خدماتها لـ ٣٥ صحيفة^(٢).

وسبق هذه البداية محاولات كثيرة يمكن النظر إليها بوصفها بدايات تجريبية استفادت من تطور أساليب ومنهج القياس ومن الفشل والنجاح الذي أحرزته، في البحوث والمسوح الاجتماعية.

ومن أولى تلك المحاولات استطلاع الرأي العام الذي قامت به شركتان أمريكيتان عام ١٧٧٤ بتكليف من أول كونجرس أمريكي لمعرفة مدى إستجابة الجمهور لحرب الاستقلال الأمريكية، وقد جاء الاستطلاع الذي أجري بطريقة بدائية وغير سليمة علمياً، بنتائج غير متوقعة، ولا تعكس رغبة المواطنين الأمريكيين في الاستقلال^(٣).

وفي عام ١٨٢٤ بدأت في الولايات المتحدة استطلاعات الرأي الخاصة بتوقع نتيجة للتصويت Straw Votes والتي عرفت باسم Straw

polls، وقد اعتبر جورج جالوب هذه الاستطلاعات البداية المبكرة لمسوح الرأي الحديثة أو بالتحديد النظير المقابل لها^(٤).

ورغم عيوب هذه الاستطلاعات، إلا أن الصحافة الأمريكية نتيجة أسباب سياسية واقتصادية نشطت في إجراء استطلاعات الرأي لجذب مزيد من القراء، وتميزت في هذا المجال عدة صحف أبرزها صحيفة Literary Digest التي بدأت منذ عام ١٨٩٥ إعداد قوائم بأسماء أشخاص من الطبقتين الوسطى والعليا اعتمدت عليهم في توقع نتائج الانتخابات، وضمت هذه القائمة ٣٥٠ ألف شخص عام ١٨٩٥، ارتفعت عام ١٩٣٢ إلى ٢٠ مليوناً، ورغم شمولها لجماعات كثيرة، إلا أنها استبعدت الجماعات ذات الدخل المنخفض، وكان هذا الاستبعاد ضمن أسباب أخرى وراء فشل الصحيفة الكبير في توقع نتائج الانتخابات للرئاسة عام ١٩٣٦^(٥).

لقد بدد هذا الفشل الثقة التي اكتسبتها صحيفة Literary Digest وفتح الطريق أمام انتشار الأساليب العلمية في إجراء الاستطلاعات والمسوح التي قادها جورج جالوب وروبير وكروسلي Craosleys، وتري ناهد صالح أن الفترة من ١٩٣٦ - ١٩٤٨ قد شهدت مرحلة تأسيس وانتشار استطلاعات الرأي العام فقد ظهرت أكبر مؤسسات لاستطلاع الرأي في الولايات المتحدة وأوروبا.

ففي عام ١٩٣٧ أنشأ هنري ديورانت Henry Durant المعهد البريطاني للرأي العام. وهو أول معهد في سلسلة للمعاهد التابعة لجالوب خارج الولايات المتحدة إذ تبعه مؤسستان لجالوب في السويد والدنمارك عام ١٩٣٩، ومعهد في كندا عام ١٩٤١.

وأسس جان ستوتزل Jean Stoetzel والفرد ماك Alfred Max في فرنسا المعهد للفرنسي للرأي العام عام ١٩٣٨، والذي أجري أول استطلاع سياسي في العام نفسه، بينما قامت صحيفة Mainichi shimbun بإجراء أول استطلاع للرأي العام في اليابان عام ١٩٤٠، وأنشئ معهد للرأي العام في ألبانيا عام ١٩٤١، وأجرى أول استطلاع للرأي العام في إيطاليا عام ١٩٤٦ حيث لم يكن من الممكن قياس الرأي العام أثناء الحكم الفاشي، ونفس السبب تأخر ظهور معاهد قياس الرأي العام في ألمانيا فقد أسست أليزابيث نويل - نويتمان وإيرك بيتر نويتمان Erreich Petere Neumann معهد ألينباخ Allensbach عام ١٩٤٧.

وعلاوة على هذه المعاهد والمؤسسات ظهرت عشرات من المؤسسات والشركات التي ركزت نشاطها على استطلاعات ومسوح التسويق والعلاقات العامة والإعلام وتقديم الخدمات للمرشحين وجماعات المصالح. كما ظهرت مراكز بحوث في الرأي العام تابعة لعدد من أهم الجامعات الأمريكية^(١).

وكان من الطبيعي أن يولكب هذا الانتشار مسعى لتنظيم عمل هذه المؤسسات فأنشئت عام ١٩٤٧ الرابطة الأمريكية لبحوث الرأى العام The american association for public opinion research (A A POR) والرابطة العالمية لبحوث الرأى العام the World assaciation for public opinion research كما أنشئت عام ١٩٤٨ الجمعية الأوروبية لبحوث الرأى والتسويق European Society for opinion and marketing research (E SOMAR).^(٧)

علي أن انتعاش وانتشار مؤسسات استطلاعات الرأي العام تعرض لانتكاسة كبيرة علي أثر فشل مؤسسات الرأي العام الأمريكية الكبرى (جالوب - روبير - كروسلي) في التنبؤ بنتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ١٩٤٨، حيث توقعت فوز المرشح للجمهوري توماس ديوي Thomas. E. Dewey علي منافسة الديموقراطي هاري ترومان Harry Truman لكن العكس هو الذي حدث، وقد أدت هذه النكسة إلي:-

١- اهتزاز مصداقية استطلاعات الرأي العام كوسيلة لمعرفة آراء الناخبين وتوقع نتائج التصويت، ومن ثم التشكيك في جدوى إجراء الاستطلاعات^(٨).

٢- اهتمام مؤسسات استطلاع الرأي العام والمشتغلين بها بمناقشة أسباب هذا الفشل، والعمل علي بحث سبل تجنب الوقوع فيه في المستقبل من خلال مراجعة وتطوير أساليب تصميم ومسحب العينات وإجراء المقابلات وتحويل النتائج.

٣- محاولة المشتغلين بصناعة بحوث التسويق الابتعاد عن المناهج والأدوات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام السياسية تحت دعوى اختلاف سلوك الإنسان في السوق عن الانتخابات، وأن اختلاف التوقعات بنسب صغيرة في بحوث التسويق لا تنتج عنه آثار خطيرة، كما هو الحال في الاستطلاعات السياسية، وكانت استطلاعات وبحوث التسويق تعتمد علي المناهج والأدوات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام^(٩) إلا أنها بدأت منذ عام ١٩٤٨ في تطوير أدوات واساليب خاصة بها وواصلت انتشارها، بينما تعثر لعدة سنوات تقدم الاستطلاعات السياسية، لكن الصلة والتدخل بين الاستطلاعات

التجارية والسياسية ظلت قائمة ولا سيما مع صعوبة الفصل أو التمييز أحيانا بين النوعين.

ومع الخمسينيات والستينيات نجحت الاستطلاعات السياسية في استعادة مكانتها إلى حد كبير بعد أن توصلت إلى نتائج صحيحة في معظم الحالات.

وفي السبعينيات والثمانينيات استمر انتشار المؤسسات التجارية والأكاديمية المتخصصة في مجال استطلاعات ومسوح الرأي العام في الدول التي تأخذ بالنظام الليبرالي التعددي، وخاصة الدول الغربية المتقدمة، وازداد إقبال وسائل الإعلام على نشر وإجراء هذه الاستطلاعات أو المشاركة فيها، وقادت المؤسسات ومراكز البحوث الأكاديمية - وخاصة المراكز الأمريكية - المجهود الرئيسي لتطوير أدوات ومناهج استطلاعات الرأي^(١٠)، وإجراء مسوح اجتماعية ترتبط بحركة المؤشرات الاجتماعية ومؤشرات نوعية الحياة، وبعبارة موجزة " أصبحت استطلاعات الرأي في الولايات المتحدة هي العمود الفقري لمؤشرات نوعية الحياة التي هي بدورها العمود الفقري للتقرير الاجتماعي القومي^(١١)."

وفي أواخر الثمانينيات انتشرت الاستطلاعات السياسية والتجارية في دول شرق أوروبا وروسيا والدول التي كانت تكون الاتحاد السوفيتي^(١٢)، وذلك بعد ما شاهده من تحولات سياسية باتجاه الأخذ بسياسات السوق وقدر من التعددية السياسية، لكن تطور ونضج استطلاعات الرأي العام لم يحل دون حدوث مفارقات كبيرة بين نتائج استطلاع جالوب، ونتائج الانتخابات الأمريكية عام ١٩٨٠^(١٣)، والانتخابات البريطانية عام ١٩٩٢، وظهور العديد من حالات التوظيف

والاستغلال السيئ لاستطلاعات ومسوح الرأي العام لتحقيق أهداف حزبية أو سياسية، أو للحصول على مكاسب اقتصادية. وقد اخفقت القواعد والمواثيق المهنية التي أصدرتها الرابطة الأمريكية لبحوث الرأي العام (AAPOR) عامي ١٩٥٠، ١٩٦٨، والرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR) عام ١٩٨٢ والجمعية الأوروبية لبحوث الرأي العام والتسويق عام ١٩٨٦ في وضع حد لاساءة استغلال استطلاعات الرأي العام.

من هذا استمر الجدل والنقاش حول جدوى الاستطلاعات وعلاقتها بالقوى الاجتماعية المسيطرة في المجتمعات الرأسمالية، وكذلك علاقتها بالشركات متعددة الجنسيات والسياسة الخارجية للدول الكبرى وخاصة الولايات المتحدة، التي تنتمي إليها أكبر مؤسسات الاستطلاع السياسية، ويتركز فيها النشاط الإعلاني والتسويقي^(١٤).

ومن الاستعراض السريع لتطور تاريخ استطلاعات ومسوح الرأي يمكن القول بأن العامل الرئيسي الحاكم لمسار هذا التطور هو ارتباط استطلاعات ومسوح الرأي السياسية والتجارية وتأثرها باحتياجات ومتطلبات المجتمع الأمريكي للدخلية والخارجية، وبعبارة أخرى أن الطابع الأمريكي المؤثر والمسيطر على بحوث الإعلام والرأي العام يتجلى في أوضح وأقوى مظاهره في مجال استطلاعات الرأي، ويمكن في هذا الصدد الإشارة إلى:-

- ١- ارتباط نشأة وتطور الاستطلاعات بمدي النجاح في توقع نتائج الانتخابات الأمريكية وتطور صناعة الاعلان والتسويق والعلاقات العامة.

٢- قيام الشركات والمؤسسات الأمريكية التي تعمل فسي مجال الاستطلاعات والمسوح بتكوين أساليب قياس واستطلاع الآراء ونشرها في العالم، فعلى سبيل المثال أسس فروعا المعهد الأمريكي للرأى العام - أنشأه جالوب عام ١٩٣٦ كمؤسسة تجارية - فروعا تابعة له حول العالم بدأت عام ١٩٣٧ ببريطانيا ووصلت عام ١٩٩٣ إلى ٤٣ دولة في أمريكا الشمالية والجنوبية وفي أوروبا والشرق الأوسط وآسيا وإفريقيا وأستراليا وروسيا تحت اسم معهد جالوب الدولي^(١٥).

ومنذ الستينيات تدعمت مكانة شركات الدراسة والبحث الأمريكية نتيجة تدعيم شبكات الإعلام، وبلغت قيمة السوق العالمي للبحوث عام ١٩٨٨ خمسة مليارات من الدولارات، وكان هذا المبلغ يمول استقصاء الرأى وإجراءات فحص ومراجعة الحسابات ودراسة الاسواق والاستشارات، وتحتل شركة نيلسون Nielson الأمريكية المركز الاول بين عشر شركات كبرى متعددة الجنسية تعمل في هذا المجال، لكن مبيعات شركة نيلسون تعاوي ضعف ما حققته الشركة التي تحتل المركز الثاني - وهي أمريكية أيضا - و١٢ مرة مما حققته الشركة التي تحتل المركز العاشر^(١٦).

٣- محاولات تكوين نظريات ونماذج تحليل عملية التصويت التي قامت على أساس نتائج الانتخابات الأمريكية، وقد جري تعميم هذه النماذج واستخدامها في بلدان أخرى انطلاقا من فرضية أن التصويت هو عملية تعليمية تنتم بال تكرار، ومثل هذا التعميم قد لا يكون صحيحا، إلا أنه يكشف عن محاولات أمركة استطلاعات الرأى، أي محاولة إكسابها طابعا أمريكيا^(١٧).

٤- تداخل وارتباط الاستطلاعات السياسية باستطلاعات ومسوح التسويق والإعلان والعلاقات العامة الأمريكية سواء علي مستوي أدوات ومناهج القياس أو مصادر التمويل وطرق النشر، أي أن هناك صلات تعان واعتماد متبادل من الصعب التمييز بينها أو القضاء عليها. ومثل هذه الصلات لا يمكن فهمها، إلا في ضوء خصوصية المجتمع الأمريكي وطبيعة النظام للرأسمالي، وعمليات الدمج والتركز بين الشركات المتعددة الجنسية التي تعمل في مجال الاعلان وبحوث التسويق واستقصاء الرأي، وكانت نفقات الولايات المتحدة عام ١٩٧٠ تمثل ٦٢٪ من النفقات العالمية للإعلان مقابل ٧٥٪ عام ١٩٧٥، بينما إنخفض نصيب أمريكا الشمالية (الولايات المتحدة وكندا) إلى ما يقرب من نصف ما أنفق عام ١٩٨٨ في الميدان العالمي للإعلان والذي يقدر بحوالي ٢٠٠ مليار دولار^(١٨).

ويري شيلر أن استطلاعات السوق واستقصاء الرأي تمثل سمتين مختلفتين وحديثين نمبياً للواجهة الإعلامية للرأسمالية الأمريكية، وقد ابتدع استطلاع الرأي لمواجهة احتياجات للتجارة ثم أدخلت عليه تعديلات جديدة نتيجة لمقتضيات الحرب العالمية الثانية^(١٩).

وينكر لازار زفيد أن "الدراسات المتعلقة بالاستهلاك التجاري قد اسهمت بدور كبير في تطوير مناهج القياس باستخدام العينات، مما أدى إلى ظهور استقصاء الرأي العام، ثم ظهور المنذاع في الصورة، وأصبح هناك احتياج لمضاربة أرقام توزيع المجلات والصحف وبالتالي أصبحت هذه البيانات المادة الخام للحلل الجديد للاتصال وبحوث الرأي العام"^(٢٠) كذلك اثني بول. ب. شيتزلي في الكلمة التي القاها بمناسبة توليه رئاسة

الجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام (AAPOR) عام ١٩٦٨ علي الإسهام الفذ الذي قدمته التجارة لبحوث استطلاع الرأي العام في إشارته لمؤسسة استطلاع الرأي العام (جالوب - روبير - كروسلي) بوصفهم باحثي التسويق الذين تحولوا إلى مستطلعي رأي^(٢١).

لكن تجدر الإشارة إلى وجود اختلافات بين الاستطلاعات السياسية وبين بحوث التسويق، وكذلك وجود اختلافات بين بحوث العلاقات العامة و بحوث التسويق، إذ تركز بحوث العلاقات العامة على التأثير في الجمهور، وقياس التغيير في الصور والمعرفة والسلوك، بينما تهتم بحوث التسويق بالتأثيرات التي تحدث في السوق وخاصة ما يحدث للمستهلكين^(٢٢).

ومثل هذه الفروق مهمة لإدراك نقاط الاتفاق والاختلاف بين الاستطلاعات السياسية، واستطلاعات السوق واستطلاعات العلاقات العامة، كما يوجد تمييز آخر مهم بين البحوث والاستطلاعات والمسوح التجارية والأكاديمية، إذ تقوم بالثانية مؤسسات ومراكز بحثية تابعة للجامعات أو الحكومة، بينما تقوم بالأولى شركات ومؤسسات خاصة تدار علي أسس رأسمالية.

وبصفة عامة قدرت المبالغ المستخدمة في صناعة الإعلان والتسويق وبحوث الرأي العام في الولايات المتحدة بمليار دولار عام ١٩٨٠، حصلت منها استطلاعات الرأي العام السياسية علي ما بين ٢ - ٣% مع ملاحظة أن عام ١٩٨٠ شهد توسعاً في إجراء الاستطلاعات ارتباط بحملة الانتخابات الرئاسية^(٢٣). بينما بلغ الإنفاق الإعلاني فقط عام ١٩٩٣ حوالي ١٣٩٣ مليار دولار^(٢٤).

٥- ارتباط بعض مؤسسات استطلاعات للرأى بالمجهود الحربى الأمريكى أثناء الحرب العالمية الثانية وبالسّياسة للخارجية الامريكىة فى فترة الحرب الباردة، وقد حقق هذا الارتباط مصالح متبادلة ربما لا تزال قائمة، ويرى شيللر أنه إذا كانت متطلبات التسويق قد أنجبت بحوث واستطلاعات للرأى العام فإن حافظ للحرب العالمية الثانية قدم الدفعة الرئيسية للثانية فى مسار تطور مناهج الاستطلاع، ويستشهد شيللر بلازارفيلد الذى ذكر أن "الحرب أدت إلى زيادة سريعة فى البحث الإمبريقي الإجتماعي الذي يخدم الوكالات الحكومية، وأصبحت آراء الجنود ومعنويات السكان والتأثيرات الدعاية لجهود الحكومة موضوعات تحظى باهتمام كبير، وقامت جماعة بحث، متطورة للغاية، أكاديمية وتجارية، بتنفيذ هذا العمل" (٢٥).

ومن الثابت أن هذه العلاقة قد استمرت أثناء الحرب الباردة وأصبحت استطلاعات الرأى العام إحدى وسائل صنع وتنفيذ السّياسة الإمبريكية، وتتوفر نماذج وأمثلة كثيرة توضح هذه العلاقة منها على سبيل المثال أن لمر روبر قد شغل أثناء الحرب العالمية الثانية منصب نائب رئيس مكتب الخدمات الإستراتيجية، وهي الوكالة التي حلت محلها فيما بعد وكالة المخابرات المركزية C. I. A ، كما قامت شركة بحوث سيملماتكس المتحدة بإجراء العديد من البحوث عن فيتنام لحساب وزارة الدفاع ووكالة التنمية، وتعتبر مؤسسة جالوب التي تنتشر فى أنحاء العالم جزءاً متمماً لجهاز صنع السّياسة الأمريكية إذ شاركت مباشرة فى برامج وكالة الاستعلامات الامريكىة فيما وراء البحار (٢٦).



المبحث الثاني

استطلاعات الرأي العام بين المعارضين والمؤيدين

مع البدايات الأولى لاستطلاعات الرأي العام تقجر جدل ونقاش حول جدوى هذه الاستطلاعات، واتسم هذا الجدل بالاستقطاب الحاد بين المؤيدين والمعارضين لاستطلاعات الرأي ربما بسبب الطبيعة السياسية للاستطلاعات إذ إنها وسيلة أساسية لتوقع نتائج الانتخابات ومن ثم احتمالات توظيفها لتحقيق أهداف حزبية.

وواكب الجدل والنقاش والاستقطاب بين المؤيدين والمعارضين مراحل تطور مناهج وأساليب قياس الرأي العام وانتشار معاهد ومؤسسات استطلاع الرأي العام، وظهور قواعد ومواثيق تنظم مهنة استطلاع الرأي العام، بل يمكن القول بوجود علاقة تأثير متبادل بين تطور الاستطلاعات والمسوح من جهة وتطور النقاش بين المؤيدين والمعارضين للاستطلاعات من جهة ثانية، فقد كانت انتقادات المعارضين عاملاً ضمن عوامل أخرى دفعت المشتغلين بالاستطلاعات إلى تطوير أدوات وأساليب قياس الرأي العام والاتفاق على قواعد ومواثيق مهنية، بينما أدى تطور وانتشار الاستطلاعات إلى اتساع دائرة الجدل والنقاش بين المؤيدين ليشمل القواعد المنهجية، والجوانب السياسية والإعلامية المرتبطة بالاستطلاعات^(٢٧).

والواقع أن وسائل الإعلام وخاصة الصحافة لم تكن بعيدة عن هذا النقاش بل على العكس لعبت دوراً كبيراً في نشره والمساهمة فيه، وخاصة أن نشر نتائج الاستطلاعات في وسائل الإعلام كان أحد موضوعات الجدل والنقاش، ويمكن القول إن نشر وسائل الإعلام لآراء المعارضين والمؤيدين

للاستطلاعات قد أفاد الجمهور حيث أوضح حدود وإمكانيات استطلاعات الرأي كدأة قد تكون موضوعية أو متحيزة بناء على طريقة استخدامها في التعرف على الرأي العام والاستفادة منه.

والملاحظ أن أدبيات الرأي العام قد صورت الجدل والنقاش على أنه يجري بين فريقين بينهما استقطاب حاد في تأييد أو معارضة الرأي العام، وفاضت تلك الأدبيات في عرض مواقف المعارضين والمؤيدين لاجراء الاستطلاعات السياسية والاسباب التي يستند اليها كل فريق، والحجج التي يطرحها لدعم موقفه. لكن الصورة العامة المعاصرة ليست كذلك إذ إنها أكثر تركيبا وتعقيدا من التصوير المبسط لنقاش وخلاف بين فريقين لا ثالث بينهما.

فهناك درجات وحدود لبعض مواقف التأييد والمعارضة رغم ما بينها من تداخل وتشابك.

في هذا الإطار هناك ضرورة للتمييز بين المواقف التالية:-

١- رفض استطلاعات الرأي العام:

ويشمل هذا الموقف ممثلي نموذج التفسير الإنساني (النقدي الجديد) وبعض الاتجاهات الليبرالية، حيث ينطلق ممثلو النموذج الأول من أنه لا وجود للرأي العام الحر والواعي في ظل المجتمعات الرأسمالية المعاصرة والنظم الشمولية حيث تمارس عمليات تزييف متواصل ومنظم لوعي المواطنين، وبالتالي فإن استطلاعات الرأي العام تقيس قدرة القوى المسيطرة في المجتمعات الرأسمالية على تزييف وعي المواطنين، أي أنها تقيس شيئا غير موجود كما يقول بوردييه Bourdieu الذي رفض

الفرضيات الأساسية التي تقوم عليها الاستطلاعات، فمن غير الثابت أن كل فرد لديه رأي في الموضوع الذي يسأل عنه، كما أن الآراء لا يمكن أن تتساوى في القيمة والتأثير حتى يمكن إخضاعها للحساب الإحصائي^(٢٨). ويؤكد ممثلو نموذج التغيير الإنساني أن استطلاعات الرأي العام تأخذ عينات ترسم حدوداً عامة غير دقيقة للرأي العام، كذلك فإنها لا تدخل في حساباتها موقف ودور الأقلية التي قد تشكل رأي الأغلبية، بل قد تصبح أكثر أهمية مع الأحداث^(٢٩). وخلص ممثلو تيار التغيير الإنساني إلى أن الاستطلاعات هي وسيلة من وسائل السيطرة الاجتماعية، وأنها تعكس ما تريده وسائل الإعلام وماسيوق أن يثته للمواطنين^(٣٠) ويمثل استطلاع الرأي أداة أخرى واسعة الانتشار من أدوات التأثير المتطور على الرأي العام، حيث يجري استخدام الاستطلاعات بصورة متزايدة لخلق المناخ الذي يبتغيه المسؤولون عن الإعلام، كما أنها تساعد في خلق الرأي، وتعلم الملايين ما هو الرأي الذي يفترض أن تبديه الأمة تجاه مثل تلك المسائل المطروحة في أسئلة الاستطلاع^(٣١).

أما الفريق الثاني والذي يشمل ممثلي بعض الاتجاهات الليبرالية فإنه ينطلق من فرضيات مختلفة تماماً عن الفريق الأول، وإن التقيا في موقف الرفض الكامل، حيث يرى ممثلو الفريق الثاني أن الاستطلاعات تتقدم الحياة الخاصة للأشخاص، ولا تخدم العملية الديمقراطية، إذ تفرض في تبسيط القضايا العامة، وتؤثر بالسلب على الخيارات الحرة للناخبين حيث تؤدي الاستطلاعات إلى تغيير الاتجاهات في اتجاه ما تشير إليه نتائج الاستطلاعات أو تجعل بعض الأفراد بحجمون عن التصويت^(٣٢). كذلك فإن نتائج الاستطلاعات لا معنى لها فهي تصف ببساطة مزاج الجمهور

في وقت إجراء الاستطلاع، لكن ذلك لا يتضمن المعنى الجوهرى أو حقيقة موقف الجمهور، ومهما كانت طبيعة نتائج الاستطلاع فمن الصعب أن نفرق بين الحقيقة والنبوءة، وهو ما يثير كثيراً من المشكلات التي تؤثر بالسلب على خيارات الناخبين^(٣٢).

٢- التأييد المشروط لاستطلاعات الرأي العام:

يمكن أن ندرج في إطار هذا الموقف الذين يدعون إلى وضع شروط وضمانات كافيه تتعلق بتشكيل رأى العام ومعايد قياسه وطريقة عملها وأسلوب نشر نتائج الاستطلاعات في وسائل الإعلام، ورغم اختلاف تقديرات أصحاب هذه الدعوات لأهمية كل شرط، إلا أنهم يتفقون في الدعوة إلى التمسك بأحد الشروط أو معظمها لضمان إجراء استطلاعات صحيحة وموضوعية تدعم الممارسة الديمقراطية، ويمكن الإشارة إلى أهم هذه الشروط:

أ- توفير ضمانات خاصة بحرية مؤسسات استطلاع رأى العام واستقلالها، وحرية المواطنين في معرفة الأخبار والحقائق ومناقشة الآراء والتعبير عنها في حرية كاملة ودون رقابة أو إكراه **Coercion** ويعرف الإكراه في تشكيل رأى العام والتعبير عنه بأنه إجبار الأشخاص على فعل أشياء ضد إرادتهم^(٣٤).

ب- تحري الدقة والاستمرار بالإجراءات المنهجية المتبعة عند اختيار موضوع الاستطلاع وتوقيت إجرائه وإجراءات سحب العينة، وتصميم وتجربة الاستمارة، وتحليل النتائج، ومعرض الباحث لهذه الجوانب بتفصيل في المبحث الثالث نظراً لإتفاق مؤيدي إجراء الاستطلاعات

علي إختلاف درجات تأييدهم علي أهمية وموضوعية مناهج ولوات قياس للرأى العام.

ج- فرض حظر كامل علي نشر نتائج الاستطلاعات حتى لا تشوه العملية الديمقراطية وتنفذ الناخبين إلى مجازاة إتجاه الأغلبية الذي تشير إليه نتائج الإستطلاع، فضلا عن أضعاف موقف المرشح الذي تشير نتائج الإستطلاع إلى خسارته.

د- فرض حظر مؤقت، أي لفترة زمنية قبل إجراء الإنتخابات، وكان القانون الفرنسي يحظر نشر نتائج الاستطلاعات أثناء أسبوع إجراء الإنتخابات غير أن هذا الحظر قد ألغي بدءا من عام ١٩٧٧^(٣٥). ويرى أصحاب الحظر المؤقت أنه كفيل بعلاج الآثار السلبية لتأثير نتائج الاستطلاعات السياسية في العملية الانتخابية. وتجدر الإشارة إلى أن القانون الأسباني يمنع نشر نتائج الاستطلاعات في الأسبوع الأخير الذي يسبق إجراء الإنتخابات أو الإستفتاءات الفعلية، ورغم عدم وجود أية قيود رسمية علي إجراء أو نشر نتائج الإستطلاعات في السويد، إلا أن العرف جري علي عدم إجراء أو نشر نتائج استطلاعات الرأى في اليوم السابق علي إجراء الإنتخابات^(٣٦).

هـ- الإلتزام عند نشر نتائج استطلاعات الرأى للعام في وسائل الإعلام بالقواعد والمواثيق المهنية التي تضمن معرفة الجمهور بالجهة التي أجري الاستطلاع لحسابها وحجم العينة وطريقة إختيارها، وطريقة جمع البيانات ونوع الأسئلة وأسلوب صياغتها، مع الفصل بين نشر النتائج وتفسير هذه النتائج أو التعليقات عليها، ونشير في نهاية هذا الفصل إلى أهم للقواعد والمواثيق الأخلاقية التي تنظم عملية النشر.

٣- القابض المتحمس لاستطلاعات الرأي العام:

يشمل هذا الاتجاه أغلب المشتغلين بمهنة الاستطلاع في معاهد ومراكز قياس للرأي العام المختلفة، إضافة إلى فئات واسعة من الإعلاميين والسياسيين ورجال الأعمال والباحثين في العلوم الاجتماعية، ويتفق هؤلاء على أن الاستطلاعات ضرورية لتحقيق الديمقراطية لأنها تعبر بصدق عن آراء الجماهير، وتكشف الحقائق، وتضمن تدفق المعلومات والآراء بين الحكومة والمواطنين. وقد اطلق جالوب على الرأي العام نبض الديمقراطية، وأشار إلى أن الاستطلاعات تحمي الديمقراطية، وتضمن حق الأغلبية ضد سيطرة الأقليات المنظمة والمؤثرة، وتوضح اتجاهات الأفراد تجاه القضايا العامة وأسباب إتخاذهم لهذه المواقف، إذ أنها تعكس الرأي العام كما هو موجود بالفعل، كما تكشف عن موقف الجمهور الواسع الذي ذهب أو لم يذهب إلى صناديق الاقتراع^(٣٧)، أي أن جالوب، الذي يعتبر أبرز المتحمسين لاستطلاعات الرأي العام، أكد أن نتائج الاستطلاعات تتفوق عن نتائج التصويت لأنها تعبر عن الرأي العام بما في ذلك الذين ذهبوا أو لم يذهبوا للإدلاء بأصواتهم، من هنا اقترح جالوب أن تكون نتائج الاستطلاعات مصدرا من المصادر العلمية للمعلومات^(٣٨).

وقد دفعت أفكار جالوب السابقة بعض المتحمسين للاستطلاعات مثل تيلي Tilly إلى القول بإمكانية أن تكون مسوحات الرأي العامة مكملة، وحتى بديلة لعملية الاقتراع والالتزامات والاحتجاجات، فالهيئات الانتخابية تنتخب كل ٤ - ٥ سنوات في الأنظمة الديمقراطية الأمر الذي يطرح مشكلة مصداقية قراراتها ومدي تمثيلها للأكثرية في مجتمع سريع للتغير^(٣٩).

ويدافع المتحمسون للاستطلاعات ضد الإنتقادات والتحفظات التي يطرحها الرافضون أو المؤيدون بتحفظات، فيؤكدون أن الإستطلاعات أفادت العملية الديمقراطية بإشاعة المعلومات والجدل بين المواطنين حول المسائل العامة، كما وفرت معلومات صحيحة للقادة السياسيين وعكست لهم مشاعر وإتجاهات الجماهير وتفضيلاتهم، وبالتالي فإنها لم تقض على دور القيادات السياسية كما ذهب بعض الآراء^(٤٠) كذلك فإن نتائج الاستطلاعات عندما تشير إلى تقدم أحد المرشحين قد لا تؤدي إلى انحياز الناخبين أو من لم يحدد رأيه إلى المرشح المتقدم، بل قد يقع العكس كما حدث في بعض الحالات، كذلك قد يقل حماس مؤيدي المرشح الذي تشير النتائج إلى تقدمه، بينما يضاعف مؤيدو المرشح الذي تشير النتائج إلى خسارته من جهودهم لإحداث تغيير لصالحه^(٤١).

وعلى عكس ما يقال من أن الاستطلاعات تبسط القضايا لدرجة التشويه يرى المتحمسون أهمية تعريف الناس بالقضايا قبل سؤالهم عنها، ويؤكدون أن الإستطلاعات ترفع من وعي الجمهور وإهتمامه بالانتخابات مما يشجع على زيادة المشاركة في الانتخابات^(٤٢) وقد أثبتت بعض الدراسات أن الجمهور يتعلم ويعرف أشياء جديدة من الاستطلاعات^(٤٣).

وبالنسبة لخطأ الاستطلاعات في توقع نتائج الانتخابات فقد ثبت أن عدد الاستطلاعات الصحيحة يفوق بكثير الإستطلاعات الخاطئة^(٤٤) كما أن الإلتزام بالاجراءات والقواعد المنهجية الصحيحة يقضي على أي خطأ كما قال جالوب الذي أشار إلى الاستطلاعات التي قام بها كنموذج مثالي ينبغي الإقتداء به، فمن بين ١٤ حملة لانتخاب رئيس الولايات المتحدة والكونجرس أجري جالوب خلالها استطلاعات للرأي جاءت نتائجها صحيحة ما عدا الإنتخابات الرئاسية عام ١٩٤٨،

ومع ذلك كانت نسبة الانحراف (الخطأ) تتراوح بين ١٧ أو ٢٪ وهي نسبة جيدة مقارنة بنسبة الخطأ الذي يتحدث عنها الباحثون بالنسبة للعينات، والتي تتراوح بين ٣ أو ٤٪.^(٤٥) ويخلص المتحمسون لاستطلاعات للرأي إلى أن الرد على المسوح الرديئة أو المسطحية هو إجراء مزيد من المسوح الجيدة بأساليب مختلفة^(٤٦).

٤- الموقف العملي أو البرجماتي:

يتسم بالمرونة ومحاولة الاعتراف بإيجابيات وسلبيات الاستطلاعات مع ميل واضح لسترجيح الإيجابيات ومن ثم ممارسة مهنة الاستطلاع والاعتداد بنتائجها، مع الدعوة إلى الالتزام بالقواعد والمواثيق الأخلاقية وتطوير أدوات ومناهج القياس إنطلاقاً من عدم كفاءتها أو الرضا الكامل عنها. وينتشر أصحاب هذا الموقف على نطاق واسع بين الفئات التي ينتمي إليها أصحاب الموقف المتحمس.

وينطلق أصحاب الموقف العملي من فرضية أن الاستطلاعات أصبحت صناعة وأداة لمعرفة الآراء والحقائق، وقد تزايدت وانتشرت رغم بعض سلبياتها، ورغم قسوة النقد الذي تعرضت له، وبالتالي لا يمكن التفريط فيها، فهي مثل الصحافة الحرة، وعملية الانتخابات تتضمن بعض المخاوف التي تتحول إلى مخاطر اعتماداً على طريقة استخدامها^(٤٧).

أن استطلاعات ومسوح الرأي كعملية تتطوي على إيجابيات وسلبيات، كما أن لها آثاراً مباشرة وغير مباشرة، فقد تؤثر نتائج الاستطلاعات على زيادة فرص فوز المرشح الذي رجحت فوزه أو ما يعرف بمجاعة الأغلبية أو التأثير المرتد، لكن قد يحدث العكس^(٤٨)، كما قد تؤثر الاستطلاعات على آراء الأفراد الذين من المفترض أن يكون لهم

آراء خاصة، وربما تساعد في بعض الأحيان على تحقيق نوع من السيطرة الاجتماعية تحول دون ظهور أصوات المعارضة، بيد أن تعريف الجمهور بالجوانب المختلفة للقضايا المثارة قد يساعد على تشكيل آراء ناضجة ويقلل من آثار السيطرة الاجتماعية، ويخلق ضغطاً على المسؤولين ورجال الحكم^(٤٩).

ويري كريسي أن التقدم في قياس الرأي العام اعتمد على التقدم في تصميم العينات وزيادة الاهتمام بال جماهير الخاصة، وتحليل اتجاهات الرأي العام في تفاعله مع الأحداث والوقائع، وتنمية رصيد ضخم من الأساليب والأسئلة التي تكشف عن حقيقة الرأي، لكن استطلاعات الرأي العام تواجه معوقات التكلفة العالية والسهولة التي يدخل بها غير المؤهلين مجال الرأي العام، ونقص دراسة ديناميات التغيير والصراع والتفاعلات بين آراء القادة والجمهور.. ويتساءل: هل أصبحت الاستطلاعات أدوات تمكن القيادات من تحريك الجمهور بدلاً من أن تكون وسيلة لتحقيق استجابة القيادات لآراء الجمهور، ويطالب بحل هذه الإشكالية التي تؤثر على ديمقراطية الاستطلاعات^(٥٠)، وكانت بغض الآراء قد أشارت إلى الاستطلاعات كوسيلة من وسائل سيطرة الحكومات، وحذرت من القيود التي يفرضها السياسيون على إجراء استطلاعات الرأي، ومن خطورة إعاقة الممارسين المحترفين عن ممارسة دورهم مقابل السماح للهواة وغير المحترفين^(٥١).

وتؤكد أفكار دوب حول الاستطلاعات مواقف أصحاب الاتجاه العملي حيث أشار إلى صعوبة إجراء استطلاعات الرأي أثناء الحملات الانتخابية وطبيعتها الخاصة والمعقدة، من هنا فإن نتائج الاستطلاعات قد تكون مجرد مرشد للتنبؤ عندما يكون الموقف الذي يجري فيه الاستطلاع

ممثلاً للموقف في الحياة الطبيعية، وقد نفى دوب أي دور للاستطلاعات في تعليم الرأى العام أو تطوير العلوم الاجتماعية وأكد أن الاستطلاعات أداة للقياس وللحصول على المعلومات الصحيحة^(٥٧).

٥- نقاش الاتفاق بين مؤيدي ومعارضى الاستطلاعات:

إن اختلاف المواقف السابقة لا يمنع من القول بتشابك وتداخل بعض هذه المواقف ووجود بعض نقاط الاتفاق بين أصحاب المواقف المختلفة، مثل الاتفاق على عدم إساءة استخدام المسوح والاستطلاعات من خلال التحيز في الإجراءات المنهجية للقياس أو التحيز في عرض نتائجها واستخدام نتائجها لتحقيق أهداف سياسية أو إقتصادية، لكن مشكلة هذا الاتفاق أنه مجرد اتفاق نظري قد لا يتحقق في الممارسة الفعلية سواء بقصد أو عن دون قصد.

على مستوى آخر ينفرد أصحاب موقف رفض الاستطلاع بالقول بعدم جدوى مناهج وأساليب قياس الرأى العام، بينما يتفق أصحاب المواقف الأخرى بدرجات مختلفة على جدوى أساليب القياس وقدرتها في ظل شروط معينة أن تصل إلى حقيقة الرأى العام أو تعكسه كما هو موجود بالفعل، من هنا يتحدث المتحمسون للاستطلاعات والمسوح باستفاضة عن تقدم مناهج وأساليب القياس ودقتها وموضوعيتها، وبالتالي قدرتها على الوصول إلى آراء المواطنين والتعبير عن الرأى العام.

في المقابل يتحدث أصحاب الموقف المؤيد بشروط وأصحاب الموقف العملي عن ضرورة ضمان شروط معينة تحقق حرية تشكيل الرأى العام ودقة تطبيق إجراءات القياس، ويطالبون بتطوير أساليب ومناهج القياس. في هذا السياق تبدو أهمية الموثوق والقواعد المهنية عند

أصحاب الموقف للمتحمس أو للمؤيد بتحفظ أو للعملي في ضبط ورقابة ممارسة الاستطلاع في أرض الواقع.

خلاصة القول أن ممثلي هذه المواقف الثلاثة يمثلون أغلبية المشتغلين والممارسين للاستطلاع ، كما أن طموحهم إلى تلويح وضبط إجراءات أساليب القياس وأشاعة الإلترام بالمواثيق بضاعف من أهمية مناقشة وتحليل هذه الإشكاليات في المبحث القادم باعتبارها تحديات مصيرية تواجه قياس الرأي العام، ويمكن القول أن تلك الإشكاليات تتصل بقضايا الموضوعية والتحيز في مناهج وأدوات القياس في العلوم الاجتماعية عامة، وقياس الرأي العام خاصة:



المبحث الثالث

إشكاليات منهجية ومنهجية في قياس الرأي العام

يعتبر استطلاع الرأي العام أحد أشكال القياس التي تتسم بالبساطة والوضوح، ويهدف إلى معرفة آراء الناس أو ما يفكرون فيه^(٥٢)، وتعرف الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية قياس استطلاعات الرأي العام بأنه يتضمن ردود أفعال الأفراد التي تتشكل من كلمات أو عبارات محددة في ظروف المقابلة، ويتناول هذا المنظور القياسي عادة كيف يتسع محيط الرأي لكي يشمل المتغيرات الجغرافية أو المستويات الاقتصادية الاجتماعية أو المتغيرات الدينية أو الجماعات الاثنية والتي يضيق قياس الرأي أحيانا عن الإحاطة بها فينحصر في بعض المتغيرات دون غيرها^(٥٣).

وقياس الرأي العام يكون بطرق كمية وأخرى كيفية، وتختلف هذه الطرق فيما بينها من حيث دقتها وإكتمالها ومسهولتها وتكلفتها^(٥٤) وأهم هذه الطرق الإستفتاء أو الاستطلاع المباشر لعينة من المجتمع، وتحليل مضمون وسائل الإعلام وبخاصة الصحف، وطريقة الملاحظة أو الاستطلاع غير المباشر عن طريق ملاحظة سلوك الناس وأحاديثهم وإنفعالاتهم وتحليلها، علاوة على أسلوب المناقشة الجماعية، وتعتبر طريقة الاستفتاء والاستطلاع المباشر أهمها وأكثرها انتشارا حيث تعتمد على المنهج الاحصائي، وعلى توجيه أسئلة معدة أعدادا خاصا حول موضوع معين بقصد الحصول على ردود الناس عليها ثم تحليل هذه الردود وحساب النسبة المئوية للمؤيدين والمعارضين^(٥٥). بينما تراجع استخدام طريقتي الملاحظة وتحليل المضمون، ويشير جيمس ديفيز James

Davis إلى أنه خلال الـ ٣٥ سنة الماضية كان يقال أن المسوح التي تعتمد على استمارة المقابلة علي وشك أن يستعاض عنها بتحليل المضمون والملاحظة والتجارب، لكن شيئاً من هذا لم يحدث، واستمرت المسوح وانتشرت، خاصة بعد التوصل إلى العينات الاحتمالية واستخدامها بنجاح، ومن المنتظر أن تزداد كفاءة هذه الأساليب من خلال استخدام الحاسبات الإلكترونية^(٥٧)، وللتكنولوجيا الحديثة في جمع وتحليل البيانات.

ورغم هذا للتطور فمن المستبعد الاستغناء عن طريقة الملاحظة لأنها تمكن من استطلاع الرأي العام وخاصة في الموضوعات التي قد لا يرغب الناس في التحدث فيها مجاهرة، أو الإجابة علي الأسئلة التي توجه إليهم بشأنها، كما تقدم معلومات كافية عن جوانب الرأي، والإسلوب الذي أبدي به، وملابساته، كذلك فإنها تتناسب والمجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية^(٥٨)، لكن المشكلة أن طريقة الملاحظة تتعارض وحق الأفراد في معرفة أن هناك من يسجل آراءهم، وبالتالي قد يساء استخدام هذه الطريقة، علاوة على أن الملاحظين قد يتدخلون بطريقة مقصودة أو غير مقصودة في تسجيل وعرض الآراء.

ويتفق أسلوب المناقشة الجماعية إلى حد كبير مع أسلوب الملاحظة إلا أنه يعتمد علي معرفة للمشاركين في النقاش بأن هناك بحثاً يجري، كذلك فإن آراء المشاركين لا ينظر إليها كتعبير عن الرأي العام.

ويدور جدل ونقاش حول أبعاد وأهداف قياس الرأي العام، وما إذا كان يقيس الرأي العام حقيقة أم يقيس ما سبق للحكومة ووسائل الإعلام أن يثته من معارف وآراء للمواطنين، أم يقيس شيئاً ثالثاً.

وكان المو روير وجالوب قد اختلفا حول أهداف استطلاعات الرأي العام، حيث أشار الأول إلى أن التنبؤ بنتائج الانتخابات ليس أفضل وسيلة للحكم علي عملية استطلاعات الرأي، واقترح أن تركز الاستطلاعات علي تقديم تحليل لدوافع الناخب، لا الوصول إلى التنبؤ بنتيجة الإنتخاب، بينما أكد جالوب علي الفكرة التقليدية التي تربط بين التقدم في مناهج وأساليب للقياس وبين التنبؤ مسبقا بنتيجة الانتخابات^(٩٩). وكان دوب قد تحفظ علي فكرة جالوب حول إعتبار نتائج الاستطلاعات أحد المصادر العلمية للمعلومات والتي يمكن أن تفيد في تطوير العلوم الإجتماعية^(١٠٠) بينما أشار جلدنيس انجيل لانج Gladys Engel Lang وكورت لانج Kurt Lang إلى أن الاهتمام بالتنبؤ باختيارات الناخب والمستهلك قد صرف الإنتباه والجهد لفترة طويلة عن دراسة الرأي العام كقوة إجتماعية وشكل من أشكال الضبط الاجتماعي^(١٠١)، الأمر الذي يعني سيادة الوظيفة التنبؤية لقياسات الرأي العام وضعف بقية الوظائف والأدوار، ولأنك أن هذا الوضع قد أثر في مسار تطور عملية القياس وأدواتها المستخدمة ودقة نتائجها، فلا تخفي صعوبة ودقة التنبؤ بأراء وسلوك الأفراد في ظل عدد من المتغيرات الفردية والبيئية.

أن سيادة الوظيفة التنبؤية لقياس الرأي العام تلقي الضوء على إشكاليات دقة أو موضوعية أدوات قياس الرأي العام. لكن قبل تناول تلك الإشكاليات تجدر الإشارة إلى إشكالية القياس في العلوم الاجتماعية على أساس أن إشكاليات قياس الرأي العام مرتبطة بإشكاليات القياس في العلوم الاجتماعية، بعبارة أخرى تبدو إشكالية قياس الرأي العام أحد مظاهر إشكالية القياس في العلوم الاجتماعية والتي تطرح في أحد جوانبها إشكالية الموضوعية والتحيز في العلوم الاجتماعية.

أولاً: إشكالية القياس في العلوم الاجتماعية:

استمدت الاستطلاعات أدوات قياس الرأي العام وطرق مسح العينة من العلوم الاجتماعية، وخاصة علم النفس التجريبي والاجتماعي والتربوي التي أهتمت بمعرفة وقياس آراء واتجاهات وسلوك الأفراد، علاوة على قياس التأثير. لكن الملاحظ أن مناهج وأدوات القياس في العلوم الاجتماعية تواجه أزمة مصداقية نتيجة عدم قدرتها على حل عدد من الإشكاليات المنهجية والثقافية الخاصة بطبيعة العلوم الاجتماعية وحرية الإرادة البشرية، وارتباط القياس النفسي وتأثره بتجارب القياس الفيزيقي النفسي ومحاكاة العلوم الطبيعية^(٦٢)، فضلاً عن تحيز معظم المقاييس والاختبارات المستخدمة في الدراسات النفسية لقيم ومعايير الطبقة الوسطى في الغرب، التي تحمل لواء الحضارة الغربية منذ القرن للتاسع عشر، ففي البداية اعتقدت هذه الطبقة أن المقاييس الغربية تميز بوضوح بين الغربيين وغير الغربيين ولا سيما في اختبارات القدرات العقلية، ثم تحولت النظرة في الثلاثينيات من هذا القرن إلى اعتبار المقارنة غير ملائمة بسبب أن الثقافة الغربية مختلفة تماماً عن الثقافات الأخرى، وفي الخمسينيات سادت النظرة النسبية التي تدعو إلى الرجوع بالظواهر النفسية والاجتماعية إلى أطرها الثقافية وتقييمها في ذلك المستوى، وعلى الرغم من إنتشار هذه النظرة إلا أن مصممي الاختبارات كثيراً ما يحاولون تأكيد عالمية اختباراتهم، كما أن غير الغربيين يشجعونهم في أحيان كثيرة على مثل هذا التفكير عندما يأخذون تلك الأدوات على عواهنها ويحاولون تطبيقها في ثقافتهم^(٦٣).

ولاشك أن التحيزات الثقافية التي أرتبطت بأدوات القياس قد أثرت بالسلب على مدى موضوعيتها، ويرى الباحث أن الموضوعية هي ما يمكن الاشتراك في إنجازه، أو سلوك نفس الطريق لبلوغ نتائجه، أو بعبارة أخرى هي ما يؤسس خلال العمل المتفق عليه بين الباحثين^(٦٤) وبالتالي فالموضوعية ليست الوقائع العملية التي تظهر من خلال الأجهزة والمقاييس والموازن أو التي تظهر في المعمل الكيميائي بعد التحليل والتركيب^(٦٥). ولا سيما أن أدوات القياس في العلوم الاجتماعية مصممة أصلاً بطرق تتضمن تحيزات ثقافية.

وإلى جانب إشكاليتي الموضوعية والتحيزات الثقافية لأدوات القياس عجزت تلك الأدوات - وخصوصاً، استمارة المقابلة - في الوصول إلى كل الجوانب التي تهدف إلى التعرف عليها أو قياسها، إذ أن هذه الأدوات تبدأ بعدد من المسلمات لا يتوفر دليل قاطع علي صحتها أولها أن البشرية وحدة اجتماعية وعضوية^(٦٦)، وأن الأفراد متساوون. كذلك فإن هذه الأدوات تهمل الآثار التراكمية ولا تهتم بالموقف الذي يجري فيه القياس أو التغيير الذي من الممكن أن يحدث، ولا تربط بين استجابة المبحوث عند تطبيق أدوات القياس - والتي تعتبر استجابة لموقف طارئ - وبين استجاباته السابقة واللاحقة؛ تعتمد في الغالب الأعم على استجابات لغوية تختلف من ثقافة إلى أخرى ومن مبحوث لآخر - بحسب درجة تعليمه وخبراته - مما يخلق مشكلات خاصة بالمعنى^(٦٧).

على مستوى آخر تثار إشكالية مدى دقة استخدام أدوات ومناهج القياس في الممارسة العملية من قبل المشغلين بالمبحوث الاجتماعية، بعبارة أخرى فإن مدى أمانة والالتزام الباحثين في استخدام أدوات القياس يمثل

مستوى آخر من مناقشة إشكالية موضوعية وتحيز أدوات القياس في العلوم الاجتماعية، فرغم وجود موثوق أخلاقية وقواعد متفق عليها لإستخدام أدوات القياس في البحوث الاجتماعية إلا أن إلترام الباحثين بالعمل بها لم يتحقق، في هذا السياق يصعب التمييز بين إساءة استخدام أدوات القياس بطريقة عمدية أو بطريقة غير متعمدة، أو ما يعرف بالتحيز المقصود والتحيز غير المقصود.

ثانياً: إشكاليات قياس الرأي العام:

في ضوء العرض السابق لإشكاليات القياس في العلوم الاجتماعية يمكن القول أن عملية قياس للرأي العام تواجه إشكاليات القياس في العلوم الاجتماعية وخاصة إشكالية مدى موضوعية أدوات القياس ومدى الدقة أو التحيز المقصود أو غير المقصود في استخدامها ويرى الباحث أن تلك الإشكاليات تنعكس وتؤثر بعمق على استطلاعات للرأي العام بالنظر إلى حداثة مجال قياس الرأي العام وطبيعته السياسية والاقتصادية، وبالتالي نجد مصادر وأسباب إساءة الاستخدام بقصد أو بدون قصد، علاوة على اعتماد معظم استطلاعات الرأي على أداة واحدة للقياس هي استمارة المقابلة.

ويناقش الباحث تلك الإشكاليات من خلال ثلاثة أبعاد هي: الاختلافات الثقافية وقياس الرأي العام، إجراءات وأاليب قياس الرأي العام، لقواعد المهنية لقياس الرأي العام. وفي نهاية الفصل يقدم للباحث رؤيته لقياس الرأي العام وحدود استخدام أدوات وإجراءات القياس في الدراسة الحالية.

١- الاختلافات الثقافية وقياس الرأى العام:

كان بعض الباحثين قد حاولوا تعميم استخدام نموذج تحليل نظم التصويت، إنطلاقاً من أن التصويت في الانتخابات ينطوي على عمليات تعليمية تنتم بالتكرار، إلا أن محاولتهم لم تنجح^(٦٨). إذ توجد خلاقات عميقة سياسية وثقافية تؤثر على الملوك السياسى للناخبين فى كل مجتمع، كذلك من غير المنطقي إلا يغير الناخب لاختياراته أو حتى إنتماءه الحزبى.

وقد أفضت للخلاقات الثقافية إلى تبين الموقف من الاستطلاعات، وردود أفعال المواطنين إزاء أسئلة الاستطلاع، ففي إيطاليا ثبت أن المواطنين فى بعض مناطق إيطاليا يمتنعون عن الإجابة إذا كانت الأسئلة تطرح عليهم من قبل موظفين رسميين أو أشخاص يعرفونهم كالجيران، كما ثبت أن استطلاعات الرأى العام فى إيطاليا تعمل على تعديل سلوك الناخبين بزيادة مستوى معلوماتهم وإهتمامهم بالمسائل العامة^(٦٩) ولاشك أن هذه الوظائف أو الآثار تختلف عما يحدث فى المجتمع الأمريكى حيث تغلب الوظيفة التنبؤية لاستطلاعات الرأى.

وفى اليابان أصبح لاستطلاعات الرأى العام شعبية كبيرة نتيجة إرتباطها بالديمقراطية، ولكون اليابانيين ينظرون لنتائج الاستطلاعات كمصدر مهم لمعرفة ما يفكر فيه الآخرون، فضلاً عن رغبتهم فى أن يكونوا مثل بقية الشعوب الأخرى^(٧٠).

ومن المدهش أن شعبية قياس الرأى العام فى اليابان قد تحققت، رغم أن أساليبها قد لا تتناسب مع الشخصية أو اللغة اليابانية.

ولعل أبرز مظاهر خصوصية قياس الرأى فى اليابان هي:

أ- أن اليابانيين غير معتادين على الإجابة بنعم أو لا، كما يجيب الغربيون عادة، إذ لا يستطيع أمريكى أو أوربى أن يقضى يوماً كاملاً بدون أن

يستخدم نعم أو لا لمرة واحدة على الأقل، بينما يستطيع المواطن الياباني أن يقضي شهرا دون استخدام كلمة لا (iie)، أما كلمة نعم (hai) فإنها غالبا ما تستخدم بمعنى أنا أري، والتي لا تعني بالضرورة الاتفاق مع المتحدث. وعلى سبيل المثال فلن إجابة سؤال: هل تؤيد سياسة الحكومة؟ تعني بالنسبة للأمريكي أو الأوروبي نعم أو لا، إما بالنسبة للياباني فإنه يجيب نعم أؤيد لكن، أو يقول لا أؤيد لكن، ثم يقول أشياء تخفف من قوة موقفه أو ما يقصده لأن التقاليد اليابانية تتطلب أن يتجنب الفرد التعبير المباشر عما يفكر فيه، واستخدام كلمات تمكن الآخرين من إدراك ما يريده بالضبط.

ب- أن ضمائر الفاعل المفرد والعناصر الذاتية غير مستحبة عند اليابانيين، ومن يستخدم ضمير المفرد في أحاديثه يعتبر مغرورا، لذلك نادرا ما تستخدم ضمائر المفرد، وعندما يتحدث مواطن ياباني فمن الصعب التفرقة هل يتحدث عن رأيه أم عن رأي المجتمع.

وإذا كان من المستحيل تجنب ضمير الآخر you في أسئلة قياس للرأي باللغة الإنجليزية، فإن الكلمة المشابهة في اليابانية هي (anata) لكن من النادر أن يستخدمها اليابانيون، أكثر من ذلك فلن اليابانيون يستخدمون تعبيرات مختلفة للإشارة إلى الآخرين بحسب ترتيب مكانتهم الاجتماعية وعلاقتهم بهم، وتبدو مشكلة قياس الرأي العام في اليابان عندما تستخدم الأسئلة كلمة أنت anata مما يضيف طبيعة رسمية غير مألوفة بالنسبة لليابانيين.

ج- إن اليابانيين يترددون عند الإجابة على الأسئلة الافتراضية.

د- رغم شغف اليابانيين بمعرفة ما يفكر فيه الآخرون إلا أنهم يترددون في التعبير عن مشاعرهم بوضوح، بل أن التعبير عن روح الفرد يعتبر شيئا غريبا (٧١).

ويمكن القول أن خصوصية اللغة والثقافة اليابانية لم تمنع انتشار شعبية قياس الرأي العام، حيث لم يقع الباحثون اليابانيون في أخطاء النقل الميكانيكي لأدوات قياس الرأي العام المرتبطة بالثقافة الغربية، وعكفوا على تطوير وتكييف تلك الأدوات بما يتلاءم ومتطلبات وشروط اللغة والثقافة اليابانية.

وقد دعا حامد ربيع إلى سلوك نهج مماثل بالنسبة لاستطلاعات الرأي في المجتمعات النامية، بما في ذلك الدول العربية، حيث قال "أن دراسة المجتمعات النامية سوف تسمح لنا بتحديد العلاقة بين العامل الثقافي، وتكوين الموقف السياسي المرتبط بظاهرة للرأي العام، بل أن هذه الدراسة هي الوسيلة المباشرة لتقديم تحليل دقيق ولقعي على مستوى المجتمع المكروكزمي بخصوص مراحل تكوين للرأي العام"^(٧٢). وإقترح استخدام أساليب تحليل قياس رأي عام جديد تتفق وسمات للرأي العام في العالم الثالث حيث تفرض ظاهرة التخلف نفسها على طبيعة الرأي العام وبالتالي لا بد أن تعكس وجودها على تحليل وقياس الرأي العام سواء في مجموعها بوصفها معبرة عن فلسفة منهجية معينة أم في تفضيلاتها كأدوات خاصة بالتحليل^(٧٣).

ورغم أن الدعوة السابقة لم تسفر عن نتائج إيجابية في مجال قياس الرأي العام في الدول النامية والوطن العربي، فقد ظهرت بعض الدراسات الغربية التي إهتمت بالتحليل الثقافي المقارن للإعلام والرأي العام، واقتُرحت إحدى هذه الدراسات الاهتمام بالعمليات الإدراكية والمعرفية في المقارنة بين الثقافات، على اعتبار أن الأفراد في كل الثقافات يفكرون من خلال عمليات إدراكية وأشكال معرفية، وأن هذه العمليات متساوية عبر كل

الثقافات، واقترحوا مدخل الموقف المشكل الذي يقوم على ثلاث جوانب هي: نتائج المشكلة، أسبابها، الحلول المقترحة، وذلك لتحليل الجوانب المختلفة لعملية تكوين الرأي العام^(٧٤).

٢- إجراءات وأساليب قياس الرأي العام-

تتصل هذه الإجراءات والأساليب باختار موضوع وتوقيت إجراء الاستطلاع، وتحديد حجم العينة، ونوع الإستمارة التي ستستخدم في إجراء المقابلات، ونوع الأسئلة، وخطة العمل الميداني، وأساليب التحليل الإحصائي، وطريقة تصنيف وتحليل البيانات.

ويؤكد المؤيدون بحساس لقياس الرأي العام حيدة وموضوعية هذه الإجراءات والأساليب إذا طبقت بالطريقة الصحيحة، غير أن أصحاب هذا الموقف يتجاهلون الانتقادات التي توجه لدقة أدوات القياس، وقصورها عن قياس كل جوانب الظاهرة المبحوثة، كما يتجاهلون الاختلافات الثقافية وما قد ينجم عنها من نتائج متباينة حال تطبيق هذه الإجراءات والأساليب، ولا سيما أن معظم إجراءات وأدوات القياس بما في ذلك قياس الرأي للعلم تتطوي في تكوينها - كما سبقت الإشارة - على تحيزات للثقافة الغربية، علاوة على صعوبة التمييز بين الأخطاء المقصودة وغير المقصودة عند استخدام هذه الأدوات.

ولتوضيح جوانب وأسباب التحيز أو الخطأ المقصود وغير المقصود يعرض الباحث هنا لأهم أدوات قياس الرأي العام، وأكثرها انتشارا وهي استمارة المقابلة وإجراءات وأساليب القياس المرتبطة بها، مع ملاحظة ترابط هذه الإجراءات وتبادلها للتأثير.

١- اختيار موضوع الاستطلاع:

تعتبر هذه الخطوة هي أساس دقة وموضوعية الاستطلاع إذ أن الخطأ أو التحيز في اختيار موضوع الاستطلاع وتوقيته يعني أن بقية خطوات القياس لن تؤدي إلى نتائج سليمة، ويمكن القول أن اختيار الموضوع يعني القدرة على الحكم الصحيح على طبيعة الرأي العام ومدى توافر مقوماته حيث وجود قضية ذات إهتمام عام، وتمس مصالح أغلبية المواطنين، وتخضع للجدل والنقاش على أسس من المعلومات الصحيحة وتعدد الآراء، وهذه المقومات لا بد وأن تتوافر قبل إجراء قياس الرأي العام، وإلا أصبح للقياس هنا نتجلا في عملية تشكيل الرأي العام يهدف بقصد أو بدون قصد لدفع للرأي العام إلى جهة معينة تتفق والنتائج غير الدقيقة للقياس.

وقد تتوافر معظم مقومات الرأي العام بيد أن غياب بعض المقومات أو حتي مقوم واحد، يؤدي إلى نتائج غير صحيحة بل وزائفة، وفي هذا السياق فإن عنصر التوقيت يلعب دورا بالغ الأهمية في نجاح ودقة عملية القياس، فقد تتوفر هذه المقومات لكن للقياس قد يتأخر إلى ما بعد ضعف أو زوال الرأي العام أو ظهور قضايا عامه جديدة، وفي مثل هذه الحالة فإن أدوات القياس مهما بلغت دقتها ستقيس شيئا غير موجود.

وبغض النظر عن نوع الاستطلاع سواء كان سياسيا أم تجاريا فإن مصالح وتوجهات القائمين به أو للممولين تؤثر في اختيار موضوع القياس، بل وقد تدفع إلى اختيار موضوعات لا تتوافر فيها مقومات الرأي العام ولا تراعي بيئة للرأي العام، ولا سيما أنه لا توجد قواعد أو ضوابط منهجية متفق عليها لتحديد متي يكون موضوع ما جديرا بقياس آراء الناس حوله، وعادة ما يعتمد المشغلون بقياس الرأي العام في تقدير أهمية

الموضوع على الملاحظة، وما تقدمه وسائل الإعلام، علاوة على رغبات الممولين، وهي أمور نسبية تخضع لتحيزات مقصودة أو غير مقصودة.

به عينة الاستطلاع:

يعتمد قياس الرأي العام على عينات من الجمهور تحدد وفق اشتراكات عديدة أهمها أن يكون لدى أفراد العينة إهتمام بموضوع الاستطلاع، أي أن موضوع الاستطلاع هو أحد محددات إختيار العينة، إضافة إلى عاملي التكلفة الاقتصادية، والوقت. ويقدر دقة العينة وتمثيلها لفئات الجمهور المستهدف بقدر ما يمكن التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع الأصلي^(٧٥). وقد ساهمت جهود جالوب وكروسلي وروبير في تطوير أسس ومعايير سحب وتصميم العينات، إلا أن المجهود الأهم قامت به منذ الثلاثينيات مؤسسات البحث الأكاديمي والمؤسسات الحكومية في الولايات المتحدة، مثل قسم برنامج المسح الزراعي الذي أشرف عليه رينس ليكرت Rensis Likert، والمركز القومي لبحوث الرأي ومركز البحوث المسحية^(٧٦).

وأفضت جهود وخبرات معاهد قياس الرأي العام الأكاديمية والتجارية إلى ضرورة الاعتماد على عينات إحصائية في قياس الرأي العام، وتوفر العينة الاحتمالية Probability لكل فرد في اغلب الحالات فرصة متكافئة ليكون بين أفراد العينة.

وتنقسم العينات الإحصائية إلى العينة العشوائية البسيطة، والعينة الطبقية^(٧٧). ويختلف حجم كل عينة بحسب طبيعة الموضوع والوقت المتاحة، ومدى تجانس مجتمع الدراسة، لكن ثمة اتفاق على وجود علاقة طردية بين حجم العينة الإحصائية، ومدى دقة نتائجها وخاصة في توقع

نتائج الانتخابات، وكان جالوب قد أشار أن العينة القومية يمكن أن تكون ١٥٠٠ مفردة كحد أدنى ووضع تقديرات لحدود للخطأ بنسبة $\pm 3\%$ فقط^(٧٨).

وفي محاولة للتقليل من تأثير عنصرَي التكلفة والوقت وضمنان التمثيل الجيد للمجتمع الذي يجري استطلاع رأيه انتشر استخدام العينات الدائمة، والتي تسحب عقب كل تعداد عام، ويراعى تجديدها دوريا كل خمس سنوات وينسبة ٥% أو ١٠% حسب قناعات الباحث والإمكانيات المتوافرة.^(٧٩) لكن التطور الكبير في الحاسبات الآلية ساعد على الاتجاه مؤخرا نحو سحب عينة قومية جديدة عند كل استطلاع، فقد أصبحت هذه العملية تجرى في وقت قصير وبتكلفة قليلة.

ومع ذلك فسيان أغلب استطلاعات الرأي السياسية أو التجارية لا تستخدم عينات مما قد يعرضها لمخاطر نتيجة ضغط عاملي الوقت والتكلفة الاقتصادية، وحتى في حالة استخدام عينات دائمة فإن هناك مخاطر من نوع آخر تتعلق بفكرة العينة مهما كان نوعها وحجمها ومدى قدرتها على تمثيل أفراد المجتمع، حيث يري بورديه أن آراء الأفراد غير متساوية، كما أن قياس للرأي العام بالعينة يفشل في معرفة الحالة الجوهرية للأراء والمواقف التي تتشكل فيها وخصوصا أثناء الأزمات^(٨٠).

والواقع أن هناك جدلا ونقاشا حول علاقة العينة بفكرة الديمقراطية ورأي الأغلبية التي يفترض أن يمثلها للرأي العام، فالعينة في التحليل الأخير هي أقلية من الأفراد جري اختيارهم بطريقة عشوائية لضمان تمثيل المجتمع على نحو دقيق وموضوعي، بيد أن العشوائية نفسها قد تتضمن استبعادا لعناصر من المجتمع،^(٨١) أي تؤثر بالسلب على فكرة الديمقراطية. ويتفق الباحث مع الرأي القائل بعدم المساواة في قوة وعمق

تأثير آراء الأفراد، وبأن نموذج المواطن العادي الذى يتصرف على نحو عقلانى، غير دقيق ومضل لأنه يتجاهل الاختلافات بين الأفراد وتأثير الجماعة في تشكيل للرأى العام^(٨٢). ولكن ذلك لا يعنى الإتفاق مع بعض الآراء التى طالبت بزيادة الإهتمام بقياس آراء النخبة أو للجماهير الخاصة بدلا من الجمهور العام^(٨٣).

جـ استمارة جمع البيانات:

يوجد إتفاق عام بين الباحثين في العلوم الاجتماعية والمشتغلين بقياس الرأى العام على أن تتضمن الاستمارة أو الاستبيان أو الاستخبار Questionnaire الأسئلة التى يمكن من خلالها التعرف على آراء الجمهور تجاه القضية موضوع القياس، وأن تصاغ بطريقة واضحة وسهلة وبعيدة عن التعقيد، وأن تخلو الأسئلة تماما من الصيغ الإيحائية أو الكلمات التى تحتمل أكثر من معنى، كما يراعى العناية بحسن تبويب الأسئلة تسهيلا لتبويب الإجابات^(٨٤) كما يتفق للباحثون على ضرورة التسلسل المنطقي للأسئلة والموازنة بين أبعاد القضايا بحيث لا تركز على جوانب على حساب جوانب أخرى.

وتوجد عدة أنواع من الأسئلة أهمها الأسئلة المغلقة، والأسئلة المفتوحة، ويرى كاتنرل أن الأسئلة المفتوحة تسمح بتقديم إجابات لها قيمة كبيرة في معرفة الآراء السائدة فعلا، بينما تكون الأسئلة الثنائية أو ذات البعدين، التى تتطلب إجابات بنعم أو لا، عظيمة القيمة في المشاكل المحددة والواضحة^(٨٥).

وبغض النظر عن نوع الأسئلة فإن كل سؤال من المفترض أن يسعى إلى الوصول إما إلى حقائق ومعلومات، أو آراء بخصوص القضية

موضوع الاستطلاع^(٨٦). كذلك فإن بعض الأسئلة تهدف إلى قياس شدة الآراء، أو للفرقة بين الأفراد الذين يملكون معلومات كافية عن القضية موضوع الاستطلاع ومن لا يملكون عنها شيئاً، حيث يستبعد الأفراد الذين لم يسمعوا أو يقرأوا شيئاً عن تلك القضية لأنهم لا يستطيعون تقديم رأي يمكن التعويل عليه،^(٨٧) وتعرف هذه الأسئلة بأسئلة التصفية Questions filtre.

وللتأكد من تحقيق الشروط السابقة، يناقش فريق البحث تصميم الاستمارة وصياغة الأسئلة، كما تعرض علي عدد من الباحثين والخبراء، حيث يعاد تصميمها عادة في ضوء نتائج النقاش وآراء المحكمين، ثم تجري تجارب لتطبيق الاستمارة لمعرفة مدى وضوح الأسئلة، ومستوى صدق وثبات الاستمارة وقدرتها على تحقيق الأهداف التي صممت من أجل بلوغها، وعادة ما تؤدي هذه التجارب إلى إدخال تعديلات في صياغة أو ترتيب الأسئلة.

وثمة اتفاق بين الباحثين على أهمية الإجراءات السابقة، لكن توجد بعض الخلافات حول الأساليب والطرق التي تتم بها، كما يوجد جدل وخلاف حول مدى إمكانية قياس ثبات الاستمارة من خلال قياس درجة الاتساق في إجابات عينة الدراسة الاستطلاعية لتجريب الاستمارة. ويرى الباحث أن الثبات غير مطلوب أساساً عند استطلاع آراء الجمهور أو الرأي العام، لأن الآراء بطبيعتها متغيرة بحسب الموقف وسياق الأحداث والقضايا المعطروحة.

وتأتي بعد ذلك مرحلة اختيار الباحثين الذين سيقومون بإجراء المقابلات، وتدريبهم، ووضع نظام لتوجيههم والإشراف عليهم أثناء العمل،

علاوة على ضمان المراجعة الميدانية لنتائج عملهم، ويفترض في الباحثين الميدانيين الأمانة والموضوعية والقدرة على كسب ثقة المبحوثين وتعاونهم، مع تجنب أي صورة من صور التدخل المباشر أو غير المباشر والتي قد تؤثر على إجابات المبحوثين^(٨٨).

بيد أن كل الشروط والإجراءات المرتبطة بمراحل تصميم الاستمارة وجمع البيانات لا تضمن تحقيق الموضوعية أو عدم التحيز، بل يمكن القول أن الاستمارة كأداة أساسية لقياس الرأي العام بما تعتبر أحد مصادر التحيز سواء كان مقصوداً أم غير مقصود. فقد لا تشمل كل جوانب القضية موضوع الاستطلاع، وكانت إحدى الدراسات قد أوضحت أن استطلاعات الرأي التي أجريت إبان خفض الدول العربية إنتاجها من البترول أثناء حرب أكتوبر ١٩٧٣، أو ما عرف في الدول الغربية بأزمة النفط قد ركزت على المشكلة وأغفلت الأسباب^(٨٩).

ومن المحتمل أن يؤدي ترتيب الأسئلة أو ترتيب بدائل الإجابة إلى التأثير في آراء المبحوث أو الإيحاء له بموقف أو رأي معين، كما أن بعض الأسئلة المركبة تربك المبحوث وتؤثر على إجابته، مثل السؤال: هل تؤيد العقوبات الاقتصادية ضد جنوب أفريقيا للقضاء على التمييز العنصري؟ فقد يكون المبحوث ضد التمييز العنصري، لكنه ليس مع وسيلة العقوبات الاقتصادية، وبالتالي تدفعه صياغة السؤال إلى الإجابة بطريقة لا تتفق مع آرائه^(٩٠).

من جانب آخر فإن اعتماد الاستمارة على أسئلة مغلقة فقط أو مفتوحة فقط يؤثر بالسلب على نتائج القياس، من هنا اقترح كامبل وشومان Campbell and Schuman استخدام النوعين والمزج بينهما، لكن لا

توجد ضوابط أو معايير لتحديد مثل هذا الإستخدام سوى طبيعة الموضوع ونوع المعلومات المطلوبة،^(١١) وهي لأشك أمور نسبية تخضع لخبرة وأولويات الجهة التي تجري القياس، تماماً كما هو الحال بالنسبة لتجارب تطبيق الاستثمار، لكن تجريب وتعديل الإستثمار يخضع أساساً لعاملي الوقت والتكلفة.

د- تطبيق الاستثمار:

وتبقى بعد ذلك التحيزات التي تحدث أثناء تطبيق الاستثمار، وترجع إلى طبيعة عمل الباحثين الميدانيين، وكفاءتهم، ومدى أمانتهم، وتكلفة البحث الميداني، وطبيعة المواقف التي تجمع للباحثين بأفراد العينة. وعلى أي حال تعد هذه المرحلة من أكثر المراحل تعرضاً للاحتمالات ومخاطر تحيز الباحث الميداني أو تنخله، بقصد أو بدون قصد، في توجيه آراء المبحوث تحت دعوي حثه على الإجابة أو لسرعة الانتهاء من مهمته، كما أن توقيت إجراء المقابلة، ومكانها، والأحداث المحيطة لها تأثير^(١٢)، بل أن نبرة وطريقة إلقاء الباحث للأسئلة تؤثر في إجابات المبحوث.

وتجدر الإشارة إلى تأثير الاختلافات الثقافية والاجتماعية والسياسية في عملية تطبيق الاستثمار، ومدي صدق وصراحة المبحوثين في الإجابة على أسئلة الإستثمار. ففي الدول النامية يتحوط للمبحوث في الإجابة بقوله لا أعرف، أو ينفي برأي يتصور أنه يرضي الباحث بغض النظر عن اتساقه أو عدم اتساقه مع ما يعتقد ويؤمن به فعلاً. ولما كان للفرد في الدول النامية، وخصوصاً في الريف قد نشأ على طاعة الكبار بصفتهم أهل الحكمة والرأى السديد، ولم ينشأ على حرية إبداء الرأى فإنه

قد لا يري في نفسه الصلاحية، أو لا يري من حقه التعبير عن وجهة نظره إزاء العديد من القضايا^(١٣).

وعادة ما يولجـه جامعو البيانات صعوبات جمة في العثور على عناوين أفراد العينة وترتيب مواعيد مسبقة معهم، مع كل ما يحيط بذلك من مواقف الريبة والتشكيك من جانب المبحوثين في ظل ظروف تاريخنا الاجتماعي، وكذلك توقعات المبحوثين للحصول على خدمات أو مساعدات من جامعي البيانات^(١٤).

هكذا تكثر عوامل التحيز في تطبيق استمارة قياس الرأي العام في مصر ودول الجنوب، حيث تنتشر الأمية ويفتقر أغلب المواطنين للوعي بأهمية المشاركة في الاستطلاعات، فضلا عن صعوبة الإعتماد علي وسائل البريد أو الهاتف.

هـ- تحليل البيانات:

بعد جمع البيانات تجري عملية تصنيف وتحليل البيانات إحصائيا، وقد أصبح إنجاز هذه العملية يتم بسرعة وبدقة عالية، وبتكلفة أقل بفضل التطور الكبير في الأجهزة والحاسبات الآلية (الكمبيوتر) والبرامج المتعددة الخاصة بالتحليل الإحصائي المناسبة لموضوع البحث وأهدافه^(١٥)، وتري ناهد صالح أن الخطر صور التحيز هو استخدام أساليب لتحليل ومعاملات إحصائية غير ملائمة لطبيعة البيانات أو توزيعها، بما في ذلك استخدام أسلوب التحليل العاملي^(١٦).

أما المصدر الثاني للتحيز -مقصودا كان أم غير مقصود- فهو التعامل مع افراد عينة استطلاع للرأى ككتلة واحدة متجانسة، وبالتالي عدم

الاهتمام بتحليل الاختلافات بين الافراد والجماعات^(١٧)، لذا قد يكون من المفيد توضيح هذه الاختلافات وأسبابها من خلال استخدام اختبارات احصائية مناسبة او المنهج المقارن او باستخدامهما معا.

اما المصدر الثالث للتحيز فيرتبط بوجود لحكام مسبقة او توقعات لدى الباحث تدفعه، بوعي او بدون وعي، إلى تحليل البيانات بطريقة تؤكد سلامة هذه الاحكام والتوقعات، بغض النظر عن طبيعة البيانات التي بين يديه ونتائجها التي قد تتضمن احتمالات ووجهات نظر أخرى^(١٨).

و- عرض النتائج:

تختلف خطوة عرض النتائج عن نشر النتائج في وسائل الاعلام، او بالاحري، قيام وسائل الاعلام باختيار بعض النتائج ونشرها وفق ظروف واعتبارات المساحة او الوقت ومصالح القوي التي تعبر عنها الوسائل. اما عرض النتائج فهو قيام الباحث او الهيئة التي تقوم بقياس الرأي العام بكتابة تقرير عن نتائج عملها، ويطلق احيانا علي هذه العملية كتابة التقرير، وعادة ما تشمل عرضا لكل الخطوات والاجراءات التي استخدمت في الاستطلاع، وتوقيتها والظروف المحيطة به، والنتائج التي انتهي اليها التحليل الاحصائي، وعادة ما يميل المشتغلون بقياس الرأي العام إلى تقديم عرض بسيط ومركز مع استخدام لغة تقريرية، والبعد قدر الامكان عن التفسير، مع التمييز دائما بين النتائج المجردة وما يقدمه الباحثون من تفسيرات.

وتتضمن هذه الخطوة كغيرها من الخطوات السابقة احتمالات ومخاطر شتى للتحيز المقصود وغير المقصود، فقد يخطئ الباحثون بين

النتائج والتفسيرات، أو يعرضون النتائج الإحصائية بدون تفسير لكن بطريقة توحي بنتائج ودلالات معينة تتفق ومصالحهم أو ما لديهم من تحيزات. كما قد يركزون على بعض النتائج ويهملون نتائج أخرى، أو لا يذكرون شيئاً عن نسبة من لا رأي لهم أو لا اعرف^(٩٩). وفي بعض الأحيان تظهر مشكلة أخرى إذا كانت استمارة الاستطلاع لم تضع في اعتبارها استجابة من لا رأي لهم^(١٠٠) بيد أن هذه المشكلة ترتبط بتصميم استمارة الاستطلاع أكثر من عرض النتائج.

٣- القواعد المهنية لقياس الرأي العام:

أوضح العرض التاريخي لنشأة وتطور استطلاعات الرأي العام (أنظر المبحث الأول من هذا الفصل) أن المشتغلين بمهنة قياس الرأي العام شكلوا روابط وجمعيات محلية ودولية تهدف إلى تنظيم المهنة والارتفاع بمكانتها، من خلال مناقشة إجراءات القياس وتبادل الخبرات للنظرية والعملية للحد من مصادر التحيز والارتفاع بمستوي دقة وموضوعية الاستطلاعات، علاوة على وضع قيود وضوابط على دخول غير المؤهلين لمجال قياس الرأي العام.

وفي إطار هذه الأهداف ظهرت كثير من الروابط والجمعيات مثل الرابطة الأمريكية لبحوث الرأي العام (AAPOR)، والجمعية الأوروبية لبحوث الرأي العام والتسويق (ESOMAR)، والرابطة الدولية لعلم السياسة (IPSA) والرابطة الدولية لعلم الاجتماع (ISA) والرابطة الدولية لبحوث الإعلام (IAMCR)، والرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR). وقد قامت الرابطة الأخيرة عام ١٩٨٢ بالتعاون مع الروابط والجمعيات السابقة، بوضع مجموعة قواعد للمتخصصين والممارسين

والإتجاهات، وبحوث جمهور وسائل الإعلام، وبحوث التسويق والمسوح الإجتماعية^(١٠١). وتعتبر هذه القواعد من أهم القواعد والمبادئ التي تهدف إلى تنظيم ممارسة عملية قياس الرأى العام، كما أنها الأكثر انتشارا بحكم المكانة العالية التي تتمتع بها الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام. ولا تخرج معظم الموثائق والقواعد التي وضعتها الجمعيات المحلية والدولية عن قواعد الرابطة الدولية^(١٠٢).

وتتطرق للقواعد التي أصدرتها الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR) إلى أسس العمل بين الباحث (الجهة التي تقوم بالقياس) والعميل Client (الجهات التي تطلب إجراء قياس معين)، وترتب مسؤوليات علي الباحثين وعلي العملاء. أهمها أن يراعي الباحث الدقة في جمع الحقائق والمعلومات والإلتزام بقواعد البحث العلمي وإلا يحجب المعلومات عن العميل، وأن يخبر العملاء علي قدم المساواة بنتائج عمله في حالة وجود أكثر من عميل ستقدم له المعلومات، في المقابل علي العميل الإلتزام بمشروع البحث وبتسديد إلتزاماته المالية، وعدم نشر نتائج المسح بطريقة انتقائية وخارج سياقها، وعليه أن يطلع الباحث أيضا علي طريقة نشر نتائج المسح.

وتغطي قواعد الرابطة العالمية لبحوث الرأى العام (WAPOR) المعايير الواجب توافرها في كتابة التقرير النهائي، والقواعد التي تنظم علاقة الباحث بالمبحوثين، وبين الباحثين أنفسهم، وتتضمن قواعد كتابة التقرير الجهة التي أجري المسح لحسابها، وأهدافه، والخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة، وحجم ونوع العينة، وأسلوب سحب العينة، والإجراءات المتبعة للتأكد من مدي سلامة للعينة مع ذكر نسبة الذين رفضوا الإجابة، أو ليس لهم رأى.

بينما تركز قواعد للعلاقة بين الباحث والمبحوثين على حقوق المبحوث في رفض الإجابة وسرية المعلومات التي يقدمها. أما قواعد العمل بين العاملين فتشير إلى مبادئ عامة مثل التناقض على أسس عاجلة ومراعاة قواعد المهنة^(١٠٣).

ومن الصعب أدراك أبعاد القواعد والمبادئ السابقة خارج السياق الاجتماعي والإقتصادي والسياسي الذي أفرزها حيث ظهرت استطلاعات الرأي العام التجارية والسياسية في دول تتأخذ بالنظام الرأسمالي والتعددية السياسية، وقد سمحت هذه الأوضاع بتطور استطلاعات الرأي، وظهور مهنة قياس الرأي، وتأسيس روابط وجمعيات للمشتغلين بمهنة قياس الرأي العام، للدفاع عن حقوقهم وتنظيم حقوق وواجبات الأطراف المشاركة أو الممولة للاستطلاعات، فضلا عن تطوير وضبط أدوات وإجراءات القياس.

في هذا السياق، من المنطقي أن نجد قيم وآليات السوق كامنة في فرضيات وأهداف، بل وصياغات للقواعد المهنية للرابطة العالمية لبحوث الرأي العام (WAPOR)، فهناك إقرار بحق الممول في اختيار الموضوع والأسئلة التي ستطرح على الجمهور، وإحتكار نتائج للمسح لصالحه، وكذلك حق الجهة البحثية في الإتفاق مع أكثر من عميل لإجراء استطلاع على موضوع معين،^(١٠٤) الأمر الذي يعكس للطابع التجاري لعملية القياس، فمعني حق الممول في اختيار موضوع ما لاستطلاع آراء الناس حوله أن من حقه ضمنا اختيار التوقيت رغم خطورة هذا العامل في عملية تكرين وقياس الرأي العام. من جهة أخرى فإن مقدار التمويل اللازم للاستطلاع يحدده بطبيعة الحال الممول، مما يؤثر بطريقة غير مباشرة في حجم العينة وأدوات جمع البيانات، وكفاءة الباحثين الميدانيين الذين يمكن استخدامهم.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن للقواعد المهنية للرابطة العالمية WAPOR قد خلت من التمييز أو الفصل بين الاستطلاعات السياسية وبحوث جمهور وسائل الإعلام وبحوث التسويق، رغم اختلاف طبيعة كل منها وتباين أهدافها واستخداماتها.

ويمكن القول أنه كلما غلبت الصفة التجارية على الصفة العلمية للمؤسسة تعاضم الانقياد لكافة مطالب الممول حتي لو كانت علي حساب الموضوعية في معالجة الموضوع محل الاستطلاع^(١٠٥)، أي يتلاشي أو يضعف الإلتزام بالقواعد المهنية، بيد أن الإشكالية التي تثار هنا هي معايير التمييز بين المؤسسات العلمية والتجارية، ولا سيما أن كل مؤسسات استطلاع الرأي العام تدعي الإلتزام بقواعد البحث العلمي والاستقلال والموضوعية، ومع ذلك ثبت في حالات كثيرة إرتكاب مؤسسات وصفت بأنها ذات تقاليد علمية أخطاء وتجاوزات مقصودة، وعلى سبيل المثال ذكرت مجلة الأيكونوميست أن المعهد الفرنسي للرأي العام IFOP أعلن أنه زيف عمدا نتائج أحد الاستطلاعات المتعلقة بنظرة الشعب الفرنسي إلى المهاجرين المقيمين في فرنسا، فجعل نسبة من يحبذون طردهم من البلاد ٥٧٪ بدلا من ٧٧٪.^(١٠٦) كذلك كان جورج جالوب يعتبر منظمته لقياس الرأي العام المنتشرة في أنحاء للعالم المختلفة جزءا متمما للسياسة الخارجية الأمريكية، وقد إرتبط معهد جالوب بالتوجه الرئاسي الأمريكي^(١٠٧)، وثبت تحيز بعض الاستطلاعات السياسية التي قام بها مثل ما حدث في الاستطلاع للقومي لجالوب عام ١٩٧٠ حيث خصص ٥٪ فقط من أسئلته للسياسة الأمريكية في فيتنام وسؤالين فقط من مائة وأثنين وستين سؤالا للعلاقات العنصرية، ولم يخصص ليا من أسئلته لما عرف بثورة الشباب في الستينيات، وما أرتبط بها من حركات إصلاح اجتماعي ورفض لحرب فيتنام والتمييز العنصري^(١٠٨).

هكذا يصبح من الصعب تقدير مدى التزام مؤسسات قياس الرأي العام بقواعد وأسس البحث العلمي الاجتماعي، وكذلك بمدى التزامها بالقواعد والمواثيق المهنية لاستطلاعات الرأي، إذ إنها قد صيغت بطرق تسمح بتدخل، وربما هيمنة الجهة الممولة سواء كانت فردا أم شركة أم مؤسسات حكومية، وبضاعف من احتمالات ذلك أن القواعد والمواثيق الأخلاقية هي مجرد مرشد عام لا يقوم على قاعدة الإلزام. وبالتالي فإن الالتزام بهذه المواثيق يعود في التحليل الأخير إلى قيم الباحث وأخلاقيته، وهي بلا شك أمور ذاتية، الأمر الذي يقلل من الأسس للموضوعية المجردة التي يدعي المتحمسون لاستطلاعات الرأي العام توفرها في أدوات وأساليب القياس.

٤- رؤية الباحث لقياس الرأي العام:

إذا كانت إشكاليات قياس الرأي العام لا تقتصر على سوء استخدام نتائج الاستطلاعات، بل تتصل بقصور عملية القياس ذاتها والأدوات والإجراءات المستخدمة، فهل يعني ذلك التوقف عن قياس الرأي العام، بعبارة أخرى إذا كانت أدوات وأجراءات القياس لا تخلو من مصادر التحيز المقصود وغير المقصود سواء على المستوى النظري أم في الممارسة العملية فهل من الجائز الدعوة لرفض قياسات الرأي العام ونتائجها، وخاصة أن القواعد المهنية لم تضع - وليس بمقدورها أيضا أن تضع - نهاية لتحيز استطلاعات الرأي العام.

أن إشكاليات القياس ومخاطر التحيز التي حاولت الدراسة توضيحها في هذا الفصل تساعد على القول بضرورة إعادة النظر في النموذج المثالي لقياس الرأي العام الذي يتبناه ويروج له الاتجاه المتحمس لاستطلاعات الرأي العام، وكذلك الاتجاهان المؤيد بتحفظ واتجاه العملي (البرجماتي)، حيث يفترض أصحاب هذه

الاتجاهات الثلاثة على تباين درجة تأييدهم للاستطلاعات واختلاف ممارساتهم، أن هناك إمكانية للوصول إلى قياس دقيق وموضوعي للرأى العام، وأن الرأى العام كما نقيسه استطلاعات الرأى العام هو نبض الديمقراطية وفق مقولة جالوب الشهيرة. والملاحظ أن أصحاب المواقف الثلاثة ينطلقون من فرضية أساسية هى إمكانية تكوين الرأى العام وظهوره على أسس من التفاعل الاجتماعى الحر القائم على الجدل والنقاش الواعى دون تدخل أو توجيه من وسائل الإعلام والقوى المسيطرة.

ويتحفظ للباحث على صحة مقولة جالوب، ويدعو إلى مراجعة النموذج المثالى لقياس الرأى العام وموضوعية الاستطلاع وذلك بهدف التأكيد على أمرين:

الأول: نسبية نتائج استطلاعات الرأى العام، بمعنى الحد من الثقة فى دقة وموضوعية أدوات وإجراءات القياس ونتائجها، والنظر إليها كمؤشرات عامة لا تخلو من قصور معرفي وتحيزات غير مقصودة أو مقصودة بهدف خدمة قوى إجتماعية، أو حكومات مسيطرة على المجتمع الذى يجري فيه الاستطلاع، وتجدر الإشارة إلى أن القوى المسيطرة اجتماعياً تؤثر فى البيئة التى تشكل الرأى للعام كما نقيسه الاستطلاعات.

الثانى: أن أدوات وإجراءات قياس الرأى على ما يعترها من نقص إضافة إلى ما يشوب استخدامها من تحيز لا تقيس دائماً الرأى العام، بل تقيس فى معظم الحالات نتائج عمليات للتوجيه وتزييف الوعي والدعاية التى تضطلع بها على نحو منظم ومؤسس للحكومات والشركات المتعددة الجنسية والقوى الاجتماعية والاقتصادية المسيطرة.

مراجع وهوامش الفصل الثاني

- Norman. M. Bradburn and Seydman, polls and Surveys: understanding what they tell us (san francisco, Jossey – bass publishers, 1988) P. 2. (١)
- Norman. M. Bradburn and Seymour Sudman, polls and Surveys: Understanding what they tell us (San Francisco: Jossey – Bassey – Bass hvc, publisher, 1988) P. 12. (٢)
- Noel, Perrin, the poll of 1977, reo. M. Christenson and Robert. O. Mcwilliams, (eds), op, Cit, pp 585 – 588. (٣)
- ناهد صالح، قياس للرأى العام، الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص ١٥. (٤)
- المرجع السابق، ص ١٨ – ٢٦. (٥)
- اعتمدت الدراسة في هذا الجزء على:- (٦)
- Rober M. Worcester, political opinion polling: An international review, (London: the Macmillan press Ltd, 1983). (٧)
- ناهد صالح، قياس الرأى العام، الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق ص ٤٨.
- Norman. M. Bradburn and Seymour Sudman, op, pp 29 – 30. (٨)
- Mervin. D. Fied, political opinion polling in the united states of america, Robert M. Worcester, Political opinion polling, op, Cit, P.P. 200 – 202. (٩)
- Reo. M. christenson and Robert . O. Mcwilliams, op, Cit, 531. (١٠)
- ناهد صالح، قياس الرأى العام: الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص ٨٨. (١١)

- (١٢) لمزيد من التفاصيل انظر: المرجع السابق، ص ١٠٣ - ١٧٥.
- (١٣) يحيى أبو بكر، حاضر قياس الرأي ومستقبله في مصر، ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٦٠، ٦٢.
- (١٤) هربرت. أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق.
- (١٥) ناهد صالح، قياس الرأي العام: الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص ٤٨.
- (١٦) أرمان ماتلار، مرجع سابق، ص ٧٩ - ٨٣.
- (١٧) لمزيد من التفاصيل انظر:-
- Mcphee with claser, A. williams, eds, A model for Analyzing Voting systems in public opinion and congressional elections (new york: free press, 1962).
- (١٨) أرمان ماتلار، مرجع سابق، ص ٥٠ - ٥١.
- (١٩) هربرت. أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٣٨.
- (٢٠) نقلا عن هربرت. أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول مرجع سابق، ص ١٣٩.
- Eric Stoltz and Jack torobin, public relation by numbers, American Demographics, Vol, 13, Iss. 1, January 1991, pp, 42 - 46.
 - Mervin. D. field political opinion pollin in the U. S. A. Robert. M. Worcester ed, op, Cit, P. 203.
- (٢٤) صحيفة الحياة، ٣٠ / ٩ / ١٩٩٣.
- (٢٥) هربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٤٠.

- (٢٦) هريوت. أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ١٤٠ - ١٤٢، ١٤٨.
- (٢٧) لمزيد من التفاصيل انظر:-
- Albort Hadley Cantril, ed, polling on the issues (Washington , D. C: seven locks press, 1980).
 - P. Bourdieu, op, Cit, PP. 124 - 130. (٢٨)
 - Friedrich pollock Empirical research into opinion, op, Cit, P, 231. (٢٩)
- (٣٠) إدوار هيرمان ونعوم تشومسكي، صناعة الرأي العام والاقتصاد السياسي لوسائل الإعلان، عرض حسن وجيه، السياسة الدولية، عدد ١٠٢، أكتوبر ١٩٩٠ ص ٢٤٤ - ٢٤٧.
- (٣١) هريوت. أ. شيلر، مرجع سابق، ص ٢١٤ - ٢١٦.
- Norman M. Bradbarn and Seymour Sudman, op, Cit, PP, 194 - 195. (٣٢)
 - Mervin D. Field, Political opinion polling in the united states of America, op, Cit, PP, 208 - 209. (٣٣)
 - Clarence Schettler, op, Cit, P. 137. (٣٤)
 - Jean stoetzel, political opinion polling in france, Robert. M. Worcester, ed, op, Cit, P. 18. (٣٥)
- (٣٦) ناهد صالح، مؤتمر استطلاعات الرأي، متراسبورج (فرنسا) ٢٦ - ٢٨ نوفمبر ١٩٨٦، عرض، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الرابع والعشرون، العدد الأول، يناير ١٩٨٧، ص ١٢٥ - ١٣٧.
- George . H Callup, presenting Majority rule, alport hadley Cantril, ed, pollin on the Issues, op, Cit, PP 168 - 174. (٣٧)

- Martin Roiser, Commonsense, Science and public opinion, Journal for the theory of social behaviour, Vol, 17, No, 4, December 1987, PP 411 – 432. (٣٨)
- عزيز حيدر، الرأى العام الإسرائيلي في ظل الانتفاضة حتي اندلاع أزمة الخليج، المستقبل العربي، عدد ١٥١، سبتمبر ١٩٩١، ص ٢٣ – ٤٩. (٣٩)
- Joh . C. Ranney, Do the polls serve democracy, public opinion Quarterly, Vol. 10, No. 3, Fall 1946, P.P 349 – 360. (٤٠)
- Robert. M. Worceseter, polling in the united ststes of america, op, Cit, p. 211. (٤١)
- Norman . M. Bradburn and seymour sudman, op, cit, P. 199, P, 209. (٤٢)
- Carroll. J. Glynn, and Ronald . E. Qstman, public opinion about public opinion, Journalism Quaterly, Vol. 65, No, 2, summer pp, 299 – 306. (٤٣)
- George .H. Callup, Presenting Majority rule, Alport hadley Cantril, ed, pollin on the Issues, op , Cit, PP 168 – 174. (٤٤)
- Michael Edison and Susan Heimann, public opinion polls, (new York: Franklin Watts, Inc, 1972) P. 55. (٤٥)
- George Callup, Do polls tell the story, william J. Crotty, ed, Public opinion and politics, op, cit, P31. (٤٦)
- Paul. B. Sheatsly, the future study of public opinion: A symposium, les bogart ed, op, cit, pp, S173 – S191. (٤٧)
- Michael Edison and Susan Heimann, op, citP. 58. (٤٨)
- Mervin . D. Field, op, cit, PP. 210 – 211. (٤٩)
- V.O. Key, Jr, public opinion and democraics, op, cit, PP. 296 – 302. (٥٠)
- Irving Crespi Crespi, the future study of public opinion: A Symposium, Les Bogart, ed, op, cit, PP, S 173 – S191. (٥٠)

- Robert Worcester, Ibid. (٥١)
- Leonard. W. Doob, public opinion and propaganda. op, cit, p, 146, pp, 151 – 159. (٥٢)
- Bernard. C. hennessy, op, cit, 37. (٥٣)
- ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١١٠. (٥٤)
- أحمد بدر، للرأى العام طبيعته وتكوينه وقياسه، مرجع سابق، ص ٢١٣. (٥٥)
- مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٧٨. (٥٦)
- James danis, the future study of public opinion: A symposium, op. Cit, pp. S 1173 – S191. (٥٧)
- لمزيد من التفاصيل انظر: (٥٨)
- مختار التهامي، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٨٢ – ٨٤. (٥٩)
- ناهد صالح، قياس الرأى العام الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق، ص ٧١. (٥٩)
- Leonard. W. Doob, public opinion and propaganda, op, cit, pp 151 – 159. (٦٠)
- Gladys Engel Lofg an Kurt Long, op, cit, PP. S173 – 191. (٦١)
- رفيق حبيب، العلوم الاجتماعية بين التحديث والتغريب: نموذج علم النفس، ورقة في ندوة إشكالية التحيز: رؤية معرفية ودعوة للاجتهاد، المعهد العالمي للفكر الإسلامي ونقابة المهندسين، القاهرة: ١٩ – ٢١ فبراير ١٩٩٢. (٦٢)

- (٦٣) شرف الدين الملك، عيوب تقنين الاختبارات النفسية الغربية على البيئات العربية، ورقة غير منشورة.
- (٦٤) صلاح قصوه، وحدة المنهج وتحدد المنحى في العلوم الاجتماعية، في ندوة إشكالية العلوم الاجتماعية في الوطن العربي، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٣) ص ٩٣ - ١٠٨.
- (٦٥) يحيى هويدي، مقدمة في الفلسفة العامة، القاهرة: النهضة المصرية، ١٩٦٦) ص ٣٦.
- صلاح قصوه، الموضوعية في العلوم الإنسانية: عرض نقدي لمناهج البحث (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، ١٩٨٠) ص ٢٣١.
- D. T. Campbell, degree of freedom and the case study, Comparative political studies, No, 7, 1975, PP, 178 - 183. (٦٦)
- شرف الدين الملك، مرجع سابق. (٦٧)
- لمزيد من التفاصيل انظر:- (٦٨)
- Mcphee with Glaser and William, op, Cit. (٦٩)
- Pieraolo Luzzatto - Fegiz Political opinion polling in Italy, Robert .M. Worcester, ed , op, Cit, PP 133 - 151. (٦٩)
- Sigeli Nisihira , Political opinion polling in Japan, Robert. M. Worcester (ed), op, cit, PP, 152 - 168. (٧٠)
- Ibid. (٧١)

- (٧٢) حامد ربيع، بحوث الرأي العام في المجتمعات النامية، لويس كامل مليكة، محرر، في قراءات في علم النفس الاجتماعي في البلاد العربية، المجلد الثاني (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، ١٩٧٠) ص ٥٢.
- (٧٣) المرجع السابق، ص ٥٧.
- (٧٤) Alex. S. edelstein. Youichi Ito, and Hans Mathias Kepplinger, op cit, PP, 188 – 189.
- (٧٥) Norman. M. Bradburn and Seymour Sudman op, cit, PP. 110 – 127.
- (٧٦) Bernard. C. Hennessy, op, PP. 64 – 70.
- (٧٧) Res. M. Christenson and Robert .O. Mcwi Lliams, Voice of the people, op, cit, P. 531.
- (٧٨) صفوت فرج، الإحصاء في علم النفس (القاهرة دار النهضة العربية، ١٩٨٢) ص ٢٥٠ – ٢٥٢.
- (٧٩) George Gallup, Do polls tell the story, op, cit, PP, 30 – 33.
- ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١٧٦ – ١٧٧.
- (٨٠) P. Bourdieu, op, cit, 128.
- (٨١) Micael Edison and Susan Himaun, op, cit, PP, 36 – 37.
- (٨٢) Richard Bordy, the Future study of public opinion: A Symposium, op, cit, PP. S173- S191.
- (٨٣) Irving crespì, Ibid.
- (٨٤) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٧٩.

- (٨٥) ج. ب. جيلفورد، ترجمة يوسف مراد، ميادين علم النفس النظرية والتطبيقية، الميادين النظرية، المجلد الثاني (القاهرة: دار المعارف، ١٩٦٩) ص ٩٥٦.
- (٨٦) Norman M. Bradburn and Seymour sudman, op, cit, PP. 147 – 148.
- (٨٧) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١٨٨.
- (٨٨) Bernard .C. Hennessy, op, cit, PP, 81 – 82.
- (٨٩) Alex. S. Edelstein, youichi Ito and Hans Mathias Kepplinger, op, cit, P. 198.
- (٩٠) Norman.M. Bardburn, and Seymour Sudman, op, cit, 148.
- (٩١) Maria Elena Sanchez, Effects of Questionnaire design on the Quality of survery date Public Opinion Quarterly, Summer 1992, Vol, 56, No. 2, PP, 206 – 217.
- (٩٢) D.T. Campbell, op, cit, PP. 178 – 193.
- (٩٣) H. Schuman, the open and Closed question, American sociological review, No, 44, 1979, PP, 692 – 712.
- (٩٤) Michael Edison and Susan .F. Heimann, op, cit, P, 40.
- (٩٥) كمال المنوفي، الرأى العام في الدول النامية: بينته ومشاكل قياسه مرجع سابق، ص ١٧٦.
- (٩٦) علي فهمي، البحث في المنهج، نحو علوم اجتماعية قومية، المجلة الاجتماعية القومية، الاعداد ١، ٢، ٣، يناير - مايو - سبتمبر، ١٩٨٢، ص ٣ - ١٥.
- (٩٧) shirley Dowdy and Stanley Weaden, Satisics for research (New York: John Wiley and Sons, 1991) PP 6 –27.

- (٩٦) ناهد صالح، التحيز والموضوعية في استخدام الأسلوب الإحصائي في البحوث الاجتماعية.
- Richard Brody, op, cit, PP. S173 – S191. (٩٧)
- Norman .M. Bradburn and Seymour Sudman, op, cit, Pp. 156 – 161. (٩٨)
- Ibid, PP, 160 – 161. (٩٩)
- ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ٢٠٢. (١٠٠)
- Robert .M. Worcester, op, cit, P. 299. (١٠١)
- انظر على سبيل المثال القواعد التي وضعتها الجمعية الأوروبية لبحوث الرأي العام والتسويق SOMAR الصادر عام ١٩٨٦. (١٠٢)
- Icc/ ESOMAR/ Nternational code of marketing and social research. (١٠٣)
- WAPOR, code of Professional ethics and practices of the world of association for public opinion research. (١٠٤)
- Ibid. (١٠٥)
- ناهد صالح، نشر استطلاعات الرأي العام، مرجع سابق، ص ٣ - ٢٤.
- يحيى أبو بكر، حاضر قياس الرأي العام ومستقبله في مصر، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٦٠ - ٧٨. (١٠٦)
- هربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق ص ١٤ - ١٤٢ ص ٢١٥. (١٠٧)
- ناهد صالح، قياس الرأي العام: الماضي والحاضر والمستقبل، مرجع سابق ص ٨١. (١٠٨)

الفصل الثالث

قياس الرأي العام في مصر
مع تحليل للنماذج من إستطلاعات الرأي العام

الفصل الثالث

قياس الرأي العام في مصر مع تحليل لنماذج من استطلاعات الرأي العام

تناولت الدراسة في الفصل السابق إشكاليات قياس الرأي العام على المستويين النظري والعملي، وأشارت إلى خصوصية تلك الإشكاليات في دول الجنوب.

من هنا يسعى المبحث الأول في هذا الفصل إلى توضيح أسباب ومظاهر تلك الخصوصية، والعقبات التي حالت دون انتشار الاستطلاعات - وخاصة الاستطلاعات ذات الطابع السياسي - وللتأكد في مصداقية أغلب الاستطلاعات التي تجرى في معظم دول الجنوب بما فيها مصر، فضلا عن الجدل بين مؤيدي ومعارضى إجراء استطلاعات الرأي العام في مصر كنموذج لنوعية ومستوى الجدل والنقاش الدائر في دول الجنوب حول إشكاليات قياس الرأي العام.

ويقدم المبحث الأول عن قياس الرأي العام في دول الجنوب إطار عام تمهيديا لموضوع المبحث الثاني حول أوضاع قياس الرأي العام في مصر والمؤسسات التي تقوم به، أما المبحث الثالث فيختص بالدراسة التطبيقية على بعض نماذج من استطلاعات الرأي العام التي قام بها جهاز قياس الرأي العام التابع للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، والذي يعتبر الهيئة العلمية الرئيسية التي تشتمل بقياس الرأي العام.

المبحث الأول

إشكاليات قياس الرأي العام في دول الجنوب

بعد انتهاء الحرب الباردة، وانهيار النظام الثنائي القطبية أصبح مصطلح العالم الثالث بلا معنى أو دلالة حقيقية، من هنا برز مصطلح الجنوب للإشارة إلى مجموعة الدول التي كانت تعرف بالعالم الثالث.

ورغم نسبية مصطلح الجنوب، إلا أنه أقرب للواقع من مصطلح العالم الثالث، وأكثر دقة من مصطلح للعالم النامي أو الدول النامية حيث ثبت إن معدلات التنمية تتراجع في كثير من هذه الدول، كما أن المصطلح يستخدم الآن لوصف بعض دول شرق أوروبا والجمهوريات السابقة، علاوة على أن السعي للنمو هو عملية تقوم بها أيضا الدول الصناعية المتقدمة.

ومع ذلك فإن مصطلح الجنوب يؤثر بدوره إشكاليات لا تقل عما كان يثيره مصطلح الدول النامية أو العالم الثالث، وتتعلق هذه الإشكاليات بمدى دقة المصطلح في الحديث عن مجموعة عريضة ومتنوعة من الدول التي توجد بينها خلافات ثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية كبيرة، إلا أن بينها عددا من المشتركات أهمها المعاناة من آثار الاستعمار، وأشكال التبعية الاقتصادية والثقافية وضعف الإنتاجية، وانتشار الأمية، وتناقص مستويات المعيشة، وسوء توزيع الثروة، وعدم الاهتمام بالبحث العلمي واستخدام التكنولوجيا، وغياب مؤسسات المجتمع المدني، وسيادة نظم غير ديمقراطية عادة ما تسيطر على وسائل الإعلام بطرق مختلفة وتوظفها لصالحها.

وبصفة عامة ما تزال المشتركات السابقة أهم ما يميز دول الجنوب، وخاصة أن التحولات السياسية والاقتصادية في البيئة الدولية أو ما يسمى بالنظام

الدولي الجديد تعمل في غير صالحها (١)، ومن هنا يمكن استخدام مصطلح الجنوب بدلاً من دول العالم الثالث أو اللامي كإطار للدراسة، حيث يسود اتفاق عام بين المهتمين بدراسة الرأي العام - على اختلاف تخصصاتهم - حول خصوصية الرأي العام بصورته الحديثة والمعاصرة في دول الجنوب نتيجة المشتركات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية التي تجمع بينها.

أولاً: خصوصية الرأي العام في دول الجنوب

عادة ما يشير مفهوم خصوصية الرأي العام بالأساس إلى مجموعة من الاختلافات بين طبيعة الرأي العام وعملياته في دول الجنوب ومثيله في الدول الصناعية المتقدمة وخاصة الولايات المتحدة ودول أوروبا الغربية، وذلك نتيجة اختلاف الظروف التاريخية والأوضاع المجتمعية في كل منهما.

لكن الملاحظ أن ثمة نظرة سلبية تسود بين الباحثين في العلوم الاجتماعية عند تناولهم لظاهرة الرأي العام في دول الجنوب حيث يرى البعض أن الرأي العام في دول الجنوب سطحي،^(٢) وفاعليته محدودة،^(٣) كما أن فرص وجوده إزاء القضايا المهمة والحيوية في الدول النامية فرص ضئيلة للغاية، وإذا وجد فهو رأي عام كامن، ومن ثم تصبح المشكلة: كيف نقيس شيئاً لا وجود له أو شيئاً كامناً^(٤). وتقف وراء هذه النظرة السلبية مجموعة من الأسباب والعوامل أهمها: غياب الديمقراطية في دول الجنوب، وضعف مؤسسات المجتمع المدني، وهيمنة السلطة التنفيذية وسيطرتها على وسائل الإعلام، وانتشار الأمية، ومحدودية الوعي السياسي.

لكن يمكن القول أن النظرة السلبية للرأي العام في دول الجنوب ترجع إلى الاعتماد على الأطر النظرية والخبرات العملية للعائدة في الغرب والخاصة

بتعريفات الرأي العام وعوامل تكوينه ودوره في السياسة العامة، فضلا عن أساليب وإجراءات قياسه، وبالتالي محاولة للحكم على الرأي في دول الجنوب استنادا إلى الأطر والخبرات الغربية التي تستخدم كمعايير للحكم على مدى تشكّل أو نضج الرأي العام في دول الجنوب وفاعليته وإمكانية قياسه، أي أن الأطر النظرية والخبرات العملية الغربية الخاصة بالرأي العام تصبح النموذج الذي يجب أن يحتذى، ومثل هذا النهج يعكس التأثير بالرؤية المهيمنة على الفكر الغربي والتي تقوم على تمركز الحضارة الغربية حول الذات، ونفي ما هو غير غربي من الثقافة والتاريخ وربما الوجود^(٥).

وإذا كانت هذه الأطر والخبرات هي نتاج لخبرة وتطور المجتمعات الرأسمالية الغربية فإنها قد لا تتسق منطقيا مع الأوضاع المجتمعية في دول الجنوب، ولا تنطبق عليها، وبالتالي تتضح أبعاد الفجوة بين بيئة الرأي العام في مجتمعات الجنوب وعمليات قياسه، وبين الأطر النظرية والخبرات العملية في الدول الرأسمالية المتقدمة والخاصة بتكوين وقياس الرأي العام ودوره في النظام السياسي. في هذا السياق تدعو ناهد رمزي إلى الحرص عند نقل خبرة الغرب إلى مجتمعاتنا العربية فيما يتعلق بالاعتماد على استطلاعات الرأي في اتخاذ القرارات أو رسم السياسات، لاختلاف الظروف الاقتصادية والتاريخية والحضارية، ونحذر من محاكاة دول الغرب في نقل خبراتهم كخبرة جاهزة في مجال دراسات الرأي العام^(٦).

ورغم أهمية هذه الدعوة فإن الإشكالية تتجاوز للحرص في نقل خبرة الغرب، أو مراعاة خصوصية مجتمعات الجنوب، إلى أزمة الأطر النظرية والخبرات السائدة في الغرب.

وتتلخص هذه الأزمة في اعتماد الأطر النظرية الغربية على نموذج أو صورة مثالية لعملية تكوين الرأي العام وقياسه تقوم على حرية الفرد، وديمقراطية المجتمع ودور الاستطلاعات في تأكيد وحماية هذه الديمقراطية، غير أن الجدل والنقاش الذي عرضت له الدراسة، والذي تناول عمليات تكوين الرأي العام وقياسه، كشف عن كثير من الانتقادات التي توجه لهذا النموذج في الممارسة العملية.

لقد اتضح أن الاستطلاعات لا تقيس بالضرورة للرأي العام الحقيقي، وأن التعددية السياسية في المجتمعات الغربية لا تحول دون وجود قسوي اجتماعية وسياسية تسيطر على الاقتصاد والسياسة والإعلام، وتصوغ الرأي العام وفق مصالحها، وبالتالي تقيس استطلاعات الرأي عمليات تزييف الوعي، بيد أن الأوضاع السياسية في المجتمعات الغربية تسمح في بعض الحالات بظهور رأي عام متحرر من سيطرة هذه للقوي، بينما من النادر أن يظهر الرأي العام الحر في مجتمعات الجنوب.

ولا يعني ذلك المساواة بين عمليات تقييد وتزييف للرأي العام في دول الجنوب ودول الشمال، كما لا يعني أنها مجرد اختلافات في الدرجة لا النوع، بل العكس، يعتقد الباحث في عمق هذه الاختلافات، ويقترح العمل لإيجاد مهمتين:-

١- تبني وتطوير منظور يعتمد على النسبية الثقافية وبالتالي الحق في التعدد والاختلاف عن النموذج الليبرالي الغربي للرأي العام. ويفترض هذا المنظور أيضا عدم التسليم بموضوعية ودقة استطلاعات الرأي العام، فتمسح حدود وخصوصيات لدراسة الظواهر الإنسانية وقياسها سواء في دول الشمال أم الجنوب.

٢- تطوير فهم أدق وأشمل لطبيعة الرأي العام في دول الجنوب، وعوامل تكوينه، ومشاكل قياسه، والاختلافات بينه وبين الرأي العام في دول الشمال على أسس من التعدد الثقافي الذي يسمح بوجود أكثر من نموذج لدراسة وقياس الرأي العام، أي رفض فكرة تعميم أو فرض نموذج وحيد في دراسة وقياس الرأي العام، يعكس الأوضاع التاريخية والمجتمعية للدول الرأسمالية الغربية. ويتطلب ذلك الاجتهاد من أجل صياغة أطر ومداخل نظرية تراعي الخصوصية الثقافية لدول الجنوب.

وتجدر الإشارة إلى صعوبة إنجاز المهمتين بالنظر إلى:

أ- التحولات المتسارعة في النظام الدولي أو ما أصبح يعرف بالعولمة، والتي لا تقتصر على الأبعاد الاقتصادية والسياسية، بل تعكس أوضاعاً ثقافية وأيديولوجية من بينها الشعور بانتصار الليبرالية الغربية على الشيوعية، وعدم وجود منافس أو بديل أيديولوجي للليبرالية، وبالتالي ضرورة فرض الليبرالية السياسية والاقتصادية كنموذج وحيد للتقدم والحضارة.

في هذا السياق أكد فوكاياما Fukuyama أن "الليبرالية هي نقطة النهاية في تطور البشرية الأيديولوجي، ومن ثم انتشارها في العالم كله باعتبارها الشكل النهائي للحكومة البشرية، لكن الليبرالية لم تحقق بعد انتصارها الكامل، فثمة أيديولوجيات منافسة تتلخص في الدين والقومية. والإسلام هو الوحيد الذي يطرح الدولة الثيوقراطية كبديل سياسي لكل من الليبرالية والشيوعية"، ويتابع فوكاياما "إن الجانب الأكبر من العالم الثالث مازال يتخبط في أحوال التاريخ وسيكون ساحة للنزاع خلال سنوات طويلة مقبلة".^(٣)

وبعد حرب الخليج الثانية تعززت مكانة الليبرالية حتي أصبحت "لا تتمتع

بالتفوق من حيث الشرعية والجاذبية الأيديولوجية فقط، بل أيضا بالتفوق العسكري والاقتصادي، وأصبح من الصعب أن نلمح في الأفق، أي قوة غير ديمقراطية قادرة على التحدي سواء على الصعيد الأيديولوجي أو الاقتصادي أو العسكري" (٨).

من هنا برزت الدعوة الغربية للعولمة Globalization في الاقتصاد والسياسة والثقافة والإعلام ومجالات البحث في العلوم الاجتماعية، وتستغل هذه الدعوة التقدم المذهل لـ تكنولوجيا الاتصالات والإعلام، والحاجة إلى مواجهة مشكلات بيئية على الصعيد العالمي، لنشر النموذج الليبرالي الغربي في كافة مجالات الحياة (٩). وتأكيد هيمنة الغرب كمركز واحد للحضارة وفرض أولوية الاقتصاد، أو السوق العالمية الحرة، وإهمال خصوصيات المجتمعات والقوميات والثقافات، أي طبع المجتمع الوطني بالطابع الخارجي، الذي هو طابع مجتمع دولة الهيمنة المركزية الواحدة (١٠).

ب- الافتقار إلى قاعدة واقعية من المعلومات والبيانات عن الرأي العام في دول الجنوب تعتمد على نتائج استطلاعات للرأي العام ومسوح اجتماعية تجري في ظروف بيئية، وإزاء أحداث مختلفة، وعبر فترات زمنية متصلة، مما يتيح اختبار صحة الفرضيات والأطر النظرية المقترحة، كما يسمح بالمقارنة مع النموذج الغربي الذي شيد على قاعدة من المعلومات ونتائج استطلاعات ومسوح اجتماعية منذ ثلاثينيات هذا القرن.

والواقع أن استطلاعات للرأي العام لم تنتشر في دول الجنوب كما هو الحال في دول الشمال، فقد بدأ انتشار مراكز قياس الرأي العام في دول الجنوب منذ منتصف الستينيات، (١١) إلا أن معظمها يرتبط بأجهزة معينة في الدولة كالجهاز الاعلامي مثلا أو غيره من الأجهزة الرسمية، وتفتقر دول الجنوب لأجهزة علمية

تستخدم الأساليب العلمية الموضوعية في القياس أو عرض النتائج^(١٢).

إن معظم مراكز قياس الرأي العام في دول الجنوب يتبع الحكومة تبعية مباشرة أو غير مباشرة، فهي إما تشكل جزءاً من مهام رئاسة الدول المباشرة، أو ترتبط بإحدى الوزارت، أو الأجهزة الرسمية المهمة في الدولة. كما تقتصر عملها على إجراء قياسات في موضوعات غير صدمية، ولا تمثل محاور اهتمام فعلية أو قضايا متجربة لدى الجماهير^(١٣). وكان ليوبوجارت Les Bogart قد أكد أن طبيعة النظام السياسي في دول الجنوب تؤثر في اختيار موضوعات قياس الرأي العام، وافترض أن الديمقراطية والتعددية السياسية شرط أساسي لظهور رأي عام يمكن قياسه^(١٤).

لقد أجريت قياسات لموضوعات تخدم مصالح النظم السياسية السائدة في دول الجنوب، واستخدمت نتائج معظم هذه الاستطلاعات في تبرير سياسات النخب الحاكمة، وتزييف وعي الجماهير، فالنظم السياسية في الدول النامية تسعى إلى خلق رأي عام مساند، أو هو رأي يحقق بطريقة أو بأخرى الشرعية السياسية، أي يؤثر على اتجاهات المواطن إزاء النظام السياسي^(١٥). بعبارة أخرى فإن استطلاعات الرأي تستخدم إلى جانب وسائل الإعلام، التي تسيطر عليها نظم الحكم في أغلب دول الجنوب، في تزييف الرأي العام ودعاء وجود رأي عام مساند.

هكذا طغى التوظيف السياسي والدعائي على استطلاعات الرأي العام في دول الجنوب، فلم تظهر نتائج استطلاعات الرأي أي آراء أو مواقف مغيرة للمواقف الرسمية، من هنا افتقرت للمصداقية والثقة، وظهرت ثلاثة تفسيرات:

الأول : يشكك في سلامة الإجراءات المنهجية للمتابعة في عملية القياس.

والثاني : يشك في إمكانية وجود رأي عام في معظم دول الجنوب إذ لا

تتوافر مقومات وعوامل تكوين الرأي المتعارف عليها وفق النموذج الغربي للرأي العام، وبالتالي فإن قياسات للرأي العام حتى بافتراض موضوعية ودقة إجراءاتها تقس شيئاً غير موجود.

أما التفسير الثالث: فقد جمع بين التفسيرين الأول والثاني، حيث أكد افتقار دول الجنوب إلى مقومات أو بيئة الرأي العام، إضافة إلى وجود صعوبات فنية ومنهجية تحول دون قياسات الرأي العام مثل ندرة البحوث وعدم كفاية الإحصاءات (١٦).

ثانياً : إمكانات قياسات الرأي العام في دول الجنوب

لحل التفسيرات الثلاثة السابقة نقود إلى السؤال عن مدى إمكانية إجراء قياسات للرأي العام في دول الجنوب؟

لقد طرح هذا السؤال بكثير من صيغة في ندوة قياس الرأي العام في مصر التي نظمها المركز القومي للبحوث الاجتماعية عام ١٩٨١ وقد اتفق معظم المشاركين على اختلاف مواقفهم - حول وجود رأي عام، ومدى فاعليته على أهمية القيام بقياسات للرأي العام في دول الجنوب لأنه حقيقة قائمة بغض النظر عن طبيعة النظام السياسي ومدى ديمقراطيته، وإلا فكيف تفسر الثورات الشعبية والمظاهرات وأعمال العنف الجماهيري. وذهبت بعض الآراء إلى أهمية البدء بالموضوعات غير السياسية لأنها قد تكون مفيدة في ترشيد جهود التنمية، والبحث عن صيغ وأساليب جديدة لقياس الرأي العام الحقيقي في الدول النامية تتفق وأوضاعه التاريخية والمجتمعية (١٧).

غير أن بعض المشاركين حاولوا للتمييز، بل والتحذير من عدم التمييز بين الرأي العام كواقع موجود بالفعل، ومدى صلاحيته للقياس (١٨)، وكذلك مدى الحرية

المتاحة لتشكيل الرأي والتعبير عن الآراء^(١٩)، وطرح رأي يرى أن قياسات الرأي العام في الدول النامية تدور وجودا وعدما مع الاقتراب من لحد القطبين للرئيسيين الدكتاتوري والديمقراطي، وأن لختيار موضوعات هامشية لاستطلاعات الرأي العام في العالم النامي يؤدي إلى قياسات للرأي لا الرأي العام^(٢٠).

وتقدم الآراء والمواقف السابقة نموذجا لنوعية ومستوى الجدل والنقاش المنار حول اشكاليات قياس الرأي العام في دول الجنوب، ويلاحظ تركيزها على استطلاعات الرأي السياسية، ومدى فاعلية وقدرة الرأي العام على للتأثير في السياسات العامة، وهي موضوعات تتعلق بقضايا سياسية شائكة تمس مصالح السلطات والقوى الاجتماعية المسيطرة، ومن الصعب ضمان عدم تدخل السلطات في دول الجنوب أو للشمال في تشكيل الرأي العام إزاءها سواء كان ذلك بطرق مباشرة أم غير مباشرة، وبطبيعة الحال تختلف درجات للتدخل وأساليبه بحسب درجة التطور الديمقراطي.

بعبارة أوضح لا يمكن التسليم بفرضية توافر الحرية في تشكيل الرأي العام حتى في الدول الرأسمالية المتقدمة، وبالتالي فإن من غير المنطقي تقييم استطلاعات الرأي العام في دول الجنوب - حيث تبتعد أغلب نظمها السياسية عن النموذج الليبرالي للغربي بدرجات مختلفة - وفق أسس ومعايير النموذج الليبرالي في صورته المثالية للنقية والتي لا يعمل بها حتى في المجتمعات الغربية المعاصرة، علاوة على الاختلافات التاريخية والثقافية بين دول الشمال والجنوب.

من جانب آخر فإن النموذج الليبرالي قد ارتبط مسن الناحية للتاريخية بالتطور الرأسمالي، كما أن انتشار وتطور استطلاعات الرأي قد ارتبط ببحوث السوق، وهي موضوعات لم يتطرق إليها الجدل والنقاش السابق والذي تركز على الاستطلاعات السياسية فقط.

وتجدر الإشارة إلى انتشار وتطور بحوث السوق والاستطلاعات المرتبطة بها في الدول العربية والعديد من دول الجنوب، ومن المتوقع زيادة هذه البحوث مع التحولات في النظام الدولي، وتلمي الاتجاه نحو الديمقراطية والخصخصة Privatization وسياسات الإصلاح الاقتصادي، والسعي نحو عولمة الاقتصاد بما يدعم مصالح الشركات متعددة الجنسية، من هنا ينبغي التمييز بين الأبعاد المختلفة لقياس الرأي العام استنادا إلى نوع الاستطلاعات وأهدافها، والجهة التي تقوم بالتمويل، أو تتولي للقيام بها.

وفي كل الحالات من المتوقع زيادة وانتشار قياسات الرأي والرأي العام في دول الجنوب، وارتباطها بالنشاط الدعائي والإعلاني للشركات متعددة الجنسية والدعوة لعولمة النموذج الليبرالي وهيمنته ثقافيا.

ويمكن القول أن العيادة ستكون في السنوات القادمة لبحوث التسويق، التي ستجريها مؤسسات وشركات خاصة، كما سيلعب التمويل الأجنبي المباشر وغير المباشر، وخاصة التمويل الذي ستقدمه الشركات متعددة الجنسية دورا بارزا في اختيار الموضوعات وتحديد أساليب وإجراءات القياس ولا يعني ذلك غياب استطلاعات الرأي العام السياسية، بل على العكس قد تزداد إذ إن القوى المحلية والدولية المسيطرة يهتما معرفة اتجاهات الرأي العام، أو آراء الجمهور، أو قطاعات منه إزاء القضايا السياسية ذات الأهمية.

ويري ستانسفيلد تيرنر Stansfield Turner المدير السابق للمخابرات المركزية أن النظام الدولي الجديد يتطلب المزيد من التركيز على المخابرات الاقتصادية والسياسية، ويؤكد احتياج الولايات المتحدة للتنبؤ بالأحداث الناتجة من التراكبات التحتية في موقف الجمهور مثل العداء المتزايد لحكومة قائمة أو انفجار أعمال للعنف، ويدعو رجال المخابرات الأمريكية ورجال السلك الدبلوماسي للاهتمام بمعرفة اتجاهات الرأي العام، ويفضل تيرنر تجنيد عملاء محليين للقيام

سرا بجمع عينات من للرأي العام، لأن المواطنين الذين تجري المقابلات معهم يقومون بتحويل إجاباتهم عند إعطائها لأشخاص من الأجانب^(٢١).

وتلقي أفكار تيرنر الضوء على مدى اهتمام القوى الكبرى بمعرفة توجهات الرأي العام للحفاظ على مصالحها، كما تشير بوضوح إلى احتمالات توظيف، أو استخدام شركات، أو معاهد خاصة محلية في دول الجنوب لاستطلاع الرأي العام لمصالح قوى أجنبية سواء بطرق مباشرة لم غير مباشرة.

ولاشك أن هذه الاحتمالات -فضلا عن توقع زيادة وانتشار استطلاعات الرأي العام بأنواعها في ظل دول الجنوب- تثير إشكاليات وتحديات من نوع جديد وخاصة في النشأة الحديثة نسبيا لمؤسسات قياس الرأي العام، وعدم وجود روابط أو جمعيات مهنية قوية تشرف على تقاليد وقواعد ممارسة المهنة وآدابها، ومن هنا يقترح الباحث وضع ضوابط وقواعد قانونية ومهنية لتنظيم إجراء قياسات الرأي في مصر ودول الجنوب، شرط أن لا تحد من حرية الباحثين في اختيار الموضوعات وإجراء قياسات، سواء كانت للرأي العام أو لأراء الجمهور.



المبحث الثاني قياس الرأي العام في مصر

لا يهدف هذا المبحث إلى كتابة تاريخ قياس الرأي العام في مصر، وإنما يقتصر على إعطاء صورة عامة ومختصرة لإسهامات المراكز والهيئات التي تعمل في هذا المجال، حتى تأسيس جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية عام ١٩٧٦.

والمدخل الذي تقترحه الدراسة لإنجاز هذا الهدف هو التركيز على النشاط المعن للمراكز والهيئات الوطنية التي قامت أو ادعت قياس الرأي العام - بغض النظر عن مدى توافر مقومات للرأي العام - سواء كانت حكومية أم خاصة، مع ربط هذا النشاط بالسياسات العامة التي اتبعت في مصر، وكان لها بالغ الأثر في تحديد طبيعة مراكز وهيئات قياس الرأي العام ونوع ومجالات عملها، علاوة على مدى التزامها بالقواعد والإجراءات المنهجية لقياس الرأي العام.

ومن المهم في البداية للتمييز بين نشاط تلك المراكز والهيئات وبين الاستفتاءات والانتخابات التي تجري في مصر ودول الجنوب عامة، حيث يرى بعض الباحثين أن الاستفتاءات والانتخابات هي في جوهرها تعبير كلي عن الرأي العام إزاء قضايا حيوية^(٢٢).

لكن مثل هذا الرأي يحتاج إلى مراجعة لأن فرضياته غير صحيحة، إذ تختلف الاستفتاءات والانتخابات عن عمليات تكوين وقياس الرأي العام، فهي عملية محددة في إطار حكومي، تتم بضوابط معينة، وفي توقيتات خاصة، مع ارتباطها بموضوع أو قضية مطروحة من قبل القيادة السياسية تريد أن تعرف مدى قبولها جماهيريا^(٢٣). ومن المحتمل ألا تشغل هذه القضية اهتمام الناس، كما أن

الاستفتاءات والانتخابات قد تجري قبل تبلور الرأي العام نحو القضية المطروحة. وكان جالوب قد أشار إلى أن نتائج الانتخابات قد لا تعكس آراء الناخبين إزاء قضايا عديدة مهمة مطروحة للنقاش، كما أن استطلاع الرأي قد يمثل آراء كل المواطنين، بما في ذلك الذين لم يشاركوا في عملية التصويت^(٢٤).

وإذا كان تحليل جالوب يرتبط بالمجتمعات الغربية التي تنتم الانتخابات فيها بقدر كبير من الحرية وعدم التدخل في آراء الناخبين، فما بالناس بالانتخابات والاستفتاءات التي تجري في دول الجنوب والتي عادة ما ترتبط بتدخل السلطة بأشكال مباشرة في مسار الحملة الانتخابية وعملية التصويت، علاوة على التلاعب في النتائج النهائية.

وتقدم معظم الاستفتاءات وكثير من الانتخابات التي جرت في تاريخ مصر المعاصر نماذج صارخة على هذا التدخل والتلاعب، فضلا عن ضعف المشاركة في الانتخابات، إذ تنور حول ٥٠٪ في المتوسط من إجمالي عدد المقيدين، لكن هذه النسبة ترتفع على نحو غير مبرر في الاستفتاءات على ترشيح رئيس الجمهورية وتعديل بعض القوانين، وانتخابات المحليات، من هنا تثار كثير من الشكوك حول سلامة الأرقام والنسب المعلن عنها للمشاركة في الاستفتاءات والانتخابات العامة.

وعلى سبيل المثال كانت نتائج أغلب الاستفتاءات في المرحلتين الناصرية والسالتيه تنور حول ٩٩٪، وفي عام ١٩٨٦ أجريت لانتخابات مجلس الشوري بنظام القائمة المطلقة، ورغم أن أحزاب المعارضة لم تشارك فيها، إلا أن البيانات الرسمية أكتت أن نسبة للمشاركة بلغت ٨١٪ من عدد المقيدين في الجداول الانتخابية، بينما لم تتجاوز نسبة المشاركة في لانتخابات مجلس الشعب عام ١٩٨٤ والتي شاركت فيها أحزاب المعارضة ٤٣٪ من عدد المقيدين^(٢٥).

وفي الاستفتاء على حل مجلس الشعب عام ١٩٨٧ بلغت نسبة المشاركة ٧٦٪ من إجمالي عدد المقيدين، بينما بلغت نسبة المشاركة في انتخابات مجلس الشعب عام ١٩٨٧، ٥٠.٤٪، وهذه النسبة تزيد قليلا عن نصف المقيدون في جداول الانتخاب، لكنها لا تمثل سوى ثلث الشعب المصري (٢٦). خلاصة القول أن نتائج الانتخابات أو الاستفتاءات - بغض النظر عن صحة البيانات الرسمية عن أعداد المشاركين - لا تعكس في كل الحالات آراء أغلبية المواطنين.

أولاً: مراكز وهيئات قياس الرأي العام

وفي ضوء المدخل الذي تتبناه الدراسة يمكن رصد المراكز والهيئات التالية التي سعت إلى قياس الرأي:-

١- إدارة الرأي العام بمصلحة الاستعلامات. تأسست هذه الإدارة عام ١٩٥٥، أي بعد سنة واحدة من نشأة مصلحة الاستعلامات، الأمر الذي يوضح حاجة المسؤولين في الدولة آنذاك للتعرف على توجهات الرأي العام إزاء ما أقدموا عليه من تغييرات سياسية واجتماعية شاملة.

وقد استخدمت إدارة الرأي العام بمصلحة الاستعلامات المقابلة والملاحظة والاستفتاءات لرصد الرأي العام^(٢٧)، إلا أن هذه الوسائل لم تستخدم في الغالب وفق المنهج العلمي أو أسس وإجراءات القياس العلمي للرأي العام، بل استخدمت بطرق غرضية، ودون الاعتماد على عينات ممثلة للمجتمع.

كما غلب الطابع الإداري البيروقراطي على أداء أخصائيي الرأي العام الموزعين على أكثر من ٤٠ مركزاً إعلامياً في جميع أرجاء الجمهورية، مع أخصائيين آخرين في الإعلام والاتصال، وكانت مهمتهم هي موافاة إدارتهم المركزية بتقارير عن اتجاهات الرأي العام يتبعون فيها عادة أسلوب الملاحظة

(٢٨)، ونظرا المتبعة مصلحة ثم هيئة الاستعلامات للدولة فإن تقارير الرأي التي تتوصل إليها لا تنتشر، وترفع لكبار المسؤولين في الدولة (٢٩).

٢- وحدة بحوث الرأي للعلم والإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية. تركز عملها على ثلاثة مجالات هي: القائمون بالاتصال، الوسيلة الإعلامية، تأثير الوسيلة الإعلامية، علاوة على بحوث الرأي العام.

ولعل أقرب بحوث الوحدة لمجال الرأي العام هي بحوث الجمهور، حيث قامت الوحدة بتكليف من المسؤولين عن التلفزيون ببحث يهدف إلى التعرف على آراء ورغبات مشاهدي التلفزيون العربي في برامجه المختلفة، وقد أجري البحث على عينة من مجموع حائزي التلفزيون في مدينة القاهرة، وكان عددهم حوالي ٥٩ ألف حائز، إلا أن عينة البحث سحبت بواقع ٢٪ من ٣٥ ألف حائز فقط هم الذين أمكن الحصول على بيانات واضحة بأسمائهم وعناوينهم، وبلغ حجم العينة ٢٨٣٠.

وأشار فريق البحث إلى أن هذه الدراسة هي أول دراسة علمية تجري في مصر لآراء عينة ممثلة لجمهور مشاهدي التلفزيون بمدينة القاهرة (٣٠). وكان التلفزيون قد قام عند تأسيسه عام ١٩٦٠ بإجراء عدة استفتاءات بالبريد قام بها بعض المسؤولين حسب ما توافر لديهم من إمكانيات (٣١).

كذلك قامت وحدة بحوث الرأي العام والإعلام بإجراء بحث عن تقويم وسائل الإعلام في الريف عام ١٩٦٧، وبحث ثالث عام ١٩٦٨ عن آراء الجمهور في الأفلام السينمائية، واشتركت في تمويله مؤسسة السينما، ورغم ما تميزت به هذه البحوث وغيرها من دقة منهجية، إلا أنها كانت أقرب لبحوث الجمهور أو بالتحديد آراء الجمهور منها إلى استطلاعات الرأي، ومع ذلك فقد كان لهذه

البحوث، ولعمل وحدة بحوث الرأي العام والإعلام، فضل التمهيد لقيام جهاز قياس الرأي العام الذي نشأ عام ١٩٧٦، وذلك من خلال توفير الخبرات والكفاءات البشرية للقادرة على إجراء الاستطلاعات، علاوة على تصميم أول عينة دائمة لبحوث للرأي العام والإعلام، ففي نوفمبر ١٩٦٩ بدأت الوحدة هذا العمل لنطلاقها من "الدور المهم الذي يلعبه للرأي العام والإعلام في حركة التغيير الاجتماعي فسي مجتمعاتنا، ورغبة في فهم ديناميكيات التغيير وتوجيهه، فإن الأمر يتطلب إجراء دراسات عديدة على للرأي العام، ولما كان الأمر يتطلب إنجاز بعض هذه الدراسات بسرعة، فقد ظهرت الحاجة إلى تصميم عينة ممثلة للرأي العام في مجتمعنا يمكن تعديلها بصورة دورية" (٣٢).

وفي عام ١٩٧٤ انتهت وحدة بحوث للرأي العام والإعلام من إعداد هذه العينة، وبلغ حجمها خمسة آلاف مفردة شملت كل الفئات الاجتماعية والمناطق الجغرافية في مصر، واعتمدت العينة على التعداد العام للسكان سنة ١٩٦٦، وقد أوضحت ناهد صالح التي أشرفت على إعادة تصميم العينة الدائمة عام ١٩٧٦ إيجابيات وسلبيات قياس الرأي العام اعتمادا على عينة دائمة، فأشارت إلى دعم الثقة بين الباحث والمبحوثين، والتقليل من التكلفة وسرعة إنجاز قياس الرأي العام وتدريب المبحوثين على التعبير عن آرائهم، فضلا عن إمكانية دراسة التغيير في الآراء وجمع معلومات أوفر عن خصائص المبحوثين، والاستعاضة عن المجموعة الضابطة في بحوث الرأي العام.

أما السلبيات ففتلخص في وجود فاقد دائم في العينة على الأكل بسبب الوفاة، وأن تتوافر لأفراد العينة مع الوقت نظرة نقدية، من هنا اقترح البعض تجديد العينة بعد كل إحصاء عام، وأن يستفاد من الإطار العام للعينة البالغ ١٤٦١٨ مفردة بتجديد ٥% في كل استطلاع (٣٣).

٣- جهاز البحوث في اتحاد الإذاعة والتلفزيون. تغيرت مسميات هذا الجهاز والإدارات التي يتبعها، وتقوم حالياً الإدارة العامة لمتابعة وبحوث المستمعين، والإدارة العامة لمتابعة وبحوث المشاهدين بتخطيط وتنفيذ البحوث التي تجرى باسم اتحاد الإذاعة والتلفزيون وبهدف تطوير أدائه، إلا أن القيود البيروقراطية والسياسية واحتياجات وأولويات اتحاد الإذاعة والتلفزيون تؤثر على اختيارات وطريقة عمل الإدارتين.

وعلى سبيل المثال قامت الإدارتان عام ١٩٩٢/٩١ ببحثين مشتركين، الأول عن اتجاهات الأطفال نحو برامجهم المقدمة في التلفزيون والراديو على عينة تضم أطفالاً من ٨ - ١٥ سنة وعينة من الآباء والأمهات، والثاني بحث استطلاع الرأي حول البرامج الدينية المقدمة من الإذاعة والتلفزيون، وأجري على عينة عشوائية قوامها ١٤٠٠ مفردة في ١٠ محافظات (٣٤).

وكانت سلسلة أبحاث باروميتر الاستماع والمشاركة قد بدأت عام ١٩٦١ ببحث بعنوان "استقصاءات حول الاستماع لبرامج إذاعية بين الحاضرين لحفلات السامرة وأعضاء المدينة" وأجري البحث الثاني في مدينة مسوهاج عام ١٩٦٦. وتوالت هذه البحوث أعوام ١٩٧٥، ١٩٧٧، ١٩٨٦، حيث أجري في عام ١٩٨٦ بحث بعنوان "اتجاهات الرأي العام حول برامج الإذاعة والتلفزيون"، علاوة على سلسلة بحوث قامت بها الإذاعات المحلية وسلسلة أخرى من البحوث النوعية التي اهتمت بتحليل مضمون بعض المواد الدرامية، وتطوير المواد الإخبارية والتعليقية (٣٥).

ويسعى باروميتر الاستماع والمشاركة إلى معرفة آراء عينة متغيرة من الجمهور في برامج معينة تذاع في الراديو أو التلفزيون للوقوف على مدى قبولها

أو جدواها، بهدف التطوير أو التحسين، إلا أنه جهد محدود بمحدودية هدفه وما يسعى إليه ^(٣٦). وينقصه الاستمرار والمتابعة في القياس لأسباب مالية وتنظيمية ^(٣٧) كما أنه يشكو من ضالة الاستفادة التطبيقية من النتائج التي يصل إليها نتيجة لضغط العمل اليومي على الأجهزة التي يخدمها ^(٣٨).

في هذا الإطار استمر عمل باروميتر الاستماع والمشاهدة فقام عام ١٩٩٢/٩١ بقياس حجم الاستماع إلى برامج الإذاعة ومشاهدة التلفزيون على عينة حصرية طبقية قوامها ٨٤٠٠ مفردة، وذلك على مدى سبعة أيام متصلة بمعدل ١٢٠٠ مفردة لليوم، وكانت أهداف هذا القياس هي معرفة عدد ونسبة المستمعين والمشاهدين، وكثافة الاستماع، والمتوسط اليومي، علاوة على التوصل إلى تقديرات عامة لرضا المستمعين والمشاهدين ^(٣٩).

٤- جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والقوموية. صدر قرار تشكيله في نوفمبر ١٩٧٦ على أن يكون تابعاً للمركز القومي للبحوث الاجتماعية، وحدد القرار لجان وهيئات الجهاز ومن بينها هيئة مستشارين تتبع رئيس مجلس الإدارة، ومستشارون للجهاز يتبعون المشرف على الجهاز، وهيئة فنية لاختيار الموضوعات التي سيجرى استطلاع الرأي بشأنها، وهيئة فنية ثانية لاختيار العينات وإجراء التعديلات اللازمة عليها وإعداد برامج الحاسب الآلي، إضافة إلى باحثين ميدانيين، وسكرتارية اتصالات، وسكرتارية إدارية ^(٤٠).

ومن الواضح أن المناخ السياسي والاجتماعي في مصر وزيادة أعداد الخبراء بالمركز وتنامي خبراتهم في مجال بحوث الرأي العام، كل ذلك كان من بين أهم أسباب تأسيس وعمل الجهاز، إذ شهد عام ١٩٧٦ بداية التحول من التنظيم

السياسي الواحد إلى التعددية الحزبية، وقد جاء هذا التحول بعد الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادي وتحسن علاقات مصر الخارجية بالولايات المتحدة والدول الغربية^(١١).

من هنا يلاحظ لاختلاف السياق التاريخي والإطار المفاهيمي لجهاز قياس الرأي العام عما كان مثلاً في وحدة بحوث الرأي العام والإعلام، فبينما ركزت هذه الوحدة على دور الإعلام والرأي العام في التغيير الاجتماعي، ركز جهاز قياس الرأي العام على إمكانية المساهمة في التحول الديمقراطي.

وقد ذكر أحمد خليفة رئيس المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، والمشرف على الجهاز، أن مصر مرت بمرحلة معارضة السلطات لقياس للرأي العام "ولكن وجدنا تجاهها أفضل من جانب السلطات في السنوات الأخيرة فلم تمنع في ذلك بل أذنت للمختصين بالنزول إلى الميدان واستقراء الرأي العام ونشر نتائج بحوثهم في هذا الصدد" وأضاف في عبارة موحية "وإذا كانت السلطات قد تخطت عن فكرة معارضة قياس الرأي العام فإنها لا تتخطى عن مراقبته، فضلاً عن أن الرأي العام يراقب نفسه بنفسه^(١٢).

أما نائب المشرف العام على جهاز قياس الرأي العام ناهد رمزي فقد لخصت هدف ووظيفة الجهاز في أنه كان من الضروري أن ينشأ في مصر معهد علمي متخصص لقياس اتجاهات الرأي العام ليمد مؤسسات الدولة للدستورية بالمشورات والمعالم الخاصة بحركة هذه الاتجاهات في العديد من القضايا والمواقف^(١٣).

وتبني الجهاز مفهومًا للرأي العام بأنه ما نقيسه نحن وتعكسه مقاييسنا، وهو معنى متوارث من التراث^(١٤) وأشارت نائب المشرف العام على الجهاز أن

الموضوعات التي وقع عليها الاختيار، وتصلح كاستطلاع للرأي العام هي التي تشغل الرأي العام وتستحوذ على اهتمامه، وتثير مناقشات حولها، ويكون المسؤولون بمسبيل اتخاذ قرار بشأنها^(٤٥).

ويثير للمفهوم الذي تبناه الجهاز في أعماله الأولى كثيرا من التحفظات والإشكاليات، فمن غير الثابت أن الرأي العام هو ما نقيسه معاهد قياس الرأي العام مهما بلغت خبرتها ودقتها، وإذا ما أخذنا في الاعتبار حداثة جهاز قياس الرأي العام وصعوبات قياس الرأي العام في مصر، فإن للشكوك تردد في مصداقية وسلامة مفهوم أو مقولة أن الرأي العام هو ما يتم قياسه.

من جهة أخرى فإن الموضوعات التي تشغل الرأي العام وتثير مناقشات حولها لا ترتبط بالضرورة باهتمام المسؤولين أو بسعيهم لاتخاذ قرار بشأنها، وبعبارة أخرى قد تستحوذ بعض الموضوعات على اهتمام المواطنين دون المسؤولين وقد يحدث العكس.

خلاصة القول أن الإطار السياسي في السبعينات الذي سمح بهامش محدود من التحدية قد ساعد على ظهور جهاز قياس الرأي العام، إلا أن هذا الجهاز ارتبط إلى حد كبير بالسياسة العامة للدولة بحكم كونه من مؤسسات الدولة، فالمركز بنص القانون هو هيئة عامة ذات شخصية اعتبارية تمارس نشاطا علميا^(٤٦) من هنا اجتهد جهاز قياس الرأي العام في القيام بأدوار وظيفية تخدم النظام السياسي القائم، وخاصة المسؤولين في السلطة التنفيذية بالدرجة الأولى، والسلطة التشريعية بالدرجة الثانية. وربما تتضح أبعاد هذه الأدوار الوظيفية في المبحث القادم عند عرض الاستطلاعات التي قام بها الجهاز خلال الفترة ١٩٧٧ - ١٩٩٠ وتحليل عينة منها.

٥- شركات التسويق الخاصة وبحوث الجمهور. ارتبط ظهور هذه الشركات

بالتحولات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها مصر في التسعينيات والثمانينات باتجاه الانفتاح الاقتصادي والتدرج في سياسات الإصلاح الاقتصادي نحو الاقتصاد الحر، مع إتاحة هامش من التعددية والديمقراطية للمقيدة، وقد أدت هذه التحولات إلى زيادة دور ونصيب القطاع الخاص والأجنبي في الاقتصاد القومي، وظهور حاجات تسويقية وإعلانية جديدة قامت عدد من الشركات الخاصة بتلبيتها عن طريق إجراء بحوث ومسوح للجمهور لتمولها شركات وهيئات محلية وأجنبية.

وتعمل هذه الشركات كمشروعات اقتصادية تسعى للربح وتعمل على خدمة أهداف الممول وما يمكن أن يقدمه من تمويل، الأمر الذي يؤثر على طريقة عملها ومدى التزامها بالمنهج العلمي والأدوات التي تستخدمها في جمع وتحليل البيانات، إذ تعتمد غالباً على عينات صغيرة غير ممثلة لمكان مدينتي القاهرة والإسكندرية، حيث يوجد معظم أصحاب القدرة الشرائية.

ولعل أبرز السمات التي تجمع هذه الشركات هي تركيزها على بحوث السوق، وسيادة الصفة الشخصية على ملكيتها وإدارتها إذ عادة ما يكون المالك هو المدير، فضلاً عن ضعف إمكانياتها حتى أن كثيراً من تلك الشركات اضطرت إلى تصفية نشاطها والانسحاب من هذا المجال لأسباب شخصية أو اقتصادية.

ولا توجد رابطة أو جمعية لتنظيم عمل هذه الشركات كما لا توجد قواعد أو مواثيق لتنظيم المهنة، وتحديد حقوق وواجبات العاملين في هذا المجال، أو الموقف من التمويل الأجنبي وضوابط ومعايير قبول هذا التمويل ومجالاته^(٤٧).

ثانياً: رؤية عامة لمستقبل قياس الرأي العام في مصر

رغم كثرة وتعدد المراكز والجهات التي تعمل في مجال قياس الرأي العام أو تدعي ذلك، وبغض النظر عن مستوى وأهداف ما تقوم به من قياسات، فإن

استطلاعات الرأي العام في مصر لم تتجاوز مرحلة البداية والتأسيس. وكان يحيى أبو بكر قد أشار عام ١٩٨١ إلى إن استطلاعات الرأي العام تمر بمرحلة للتجريب. ^(١٨) وتبدو هذه الملاحظة صحيحة حتى الآن، فالتجريب عادة ما يرتبط بمرحلة البداية، علاوة على عدم الانتشار واختيار موضوعات بعيدة عن القضايا السياسية التي تمس مصالح السلطة، الأمر الذي يقضي إلى ما يمكن وصفه بضعف اهتمام الرأي العام باستطلاعات الرأي والتشكيك في مصداقيتها، على أن مثل هذا الوصف يظل في التحليل الأخير مجرد فرضية تعتمد على مشاهدات وخبرات للباحث، يتطلب اختيارها للقيام بدراسات ميدانية.

وثمة فرضية ثانية يطرحها الباحث في ضوء مشاهداته وخبراته أيضاً، وهي توافر الكفاءات والخبرات البشرية للقدرة على إجراء استطلاعات للرأي العام وفق المنهج العلمي والإجراءات والخطوات المتعارف عليها في معاهد قياس الرأي العام الغربية، لكن تبقى إشكالية: هل ستقيم استطلاعات الرأي العام في مصر عمليات تشكيل وتزييف الرأي العام، وما سبق لوسائل الإعلام - التي تسيطر على معظمها الدولة - إن يثبت أم ستقيم الرأي العام للواعي؟. وهل ستسمح قواعد وتوازنات التجربة الديمقراطية بإجراء استطلاعات مستقلة وملزمة بالإجراءات والأساليب العلمية، وبدون تدخل أو توجيه من الحكومة؟ وما هي الجهات التي ستقوم بالتصويل؟ وإلى أي مدى ستتدخل في جودة وموضوعية الاستطلاعات؟ ثم هل ستراعي وسائل الإعلام نشر نتائج الاستطلاع بصورة متوازنة تلتزم بالقواعد المهنية الخاصة بنشر الاستطلاعات؟

إن حل تلك الإشكاليات يرتبط بإنجاز تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية عميقة في المجتمع المصري، تكفح نحو مزيد من الديمقراطية والتمنية

ولاحترام حقوق الإنسان ، فضلا عن تغيير كامل لأسس وآليات عمل النظام الإعلامي ، بحيث تنقل سيطرة الدولة ، ويتغير نمط الملكية ، ويسمح بحرية تداول المعلومات ومناقشة القضايا على نطاق أوسع في مختلف وسائل الإعلام .

ومن غير المتصور تحقيق تلك الإنجازات في ضوء ظروف مصر المجتمعية في المدى المنظور (من ٥ - ١٠ سنوات) لكن قد تتحقق في المدى البعيد مما يرجح استمرار أوضاع قياس الرأي للعلم الحالية في المدى المنظور .

لكن ربما يحدث تطور في بحوث التسويق والإعلان ومسوح الجمهور تفرضه التحولات الاقتصادية باتجاه الاقتصاد الحر والخصخصة ، ومن المرجح حدوث تحول كبير في اتجاه انتشار استطلاعات الرأي العام للسواسية والتجارية في المدى البعيد .

ومهما يكن من أمر واقع ومستقبل إشكاليات قياس الرأي العام في مصر والمراكز والهيئات التي تضطلع بهذه المهمة ، فإنها تقدم نموذجا لحالة قياس الرأي في مجتمع من مجتمعات عالم الجنوب ، والتحديات العملية والمنهجية التي تحسول دون انتشار واستقلال أجهزة قياس الرأي للعلم ، والإقرار بأهمية استطلاعات الرأي العام ودورها في المجتمع .

وينض النظر عن مستقبل استطلاعات الرأي العام في مصر ودول الجنوب ، فإن القضية الأهم هي مدى حرية تكوين الرأي العام ، وضرورة التركيز على عنصر الوعي في تعريف وقياس الرأي العام ، والتشديد على أن غياب المفاهيم ، أو التدخل بدرجات مختلفة في تشكيل الرأي للعلم لا ينفي إمكانية ظهور رأي عام حقيقي وحر في بعض الحالات ، وقد تعكس استطلاعات الرأي العام بحسب مدى أمانة وموضوعية الجهة التي تقوم بالاستطلاع .

المبحث الثالث

**تحليل لنماذج من استطلاعات الرأي العام
التي قام بها المركز القومي للبحوث
الاجتماعية والجنايئة ١٩٧٦ - ١٩٩٠**

من العرض السابق لمراكز وهيئات قياس الرأي العام في مصر تتضح أهمية جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية، مقارنة بالهيئات والمراكز العامة أو الخاصة التي تعمل في هذا المجال.

وترجع هذه الأهمية إلى الخبرة الطويلة والكفاءات البشرية التي وفرها المركز القومي للبحوث الاجتماعية لجهاز قياس الرأي العام، واستقلاله للنسبي، وانتظام وتواصل أعماله، والتزامه إلى حد كبير بالقواعد والإجراءات المنهجية المعمول بها في مجال قياسات الرأي العام، فضلا عن كونه هيئة عامة لا تسعى إلى الربح.

ونظرا لأهمية ومكانة جهاز قياس للرأي العام فقد وقع لختيار الباحث على الاستطلاعات التي قام بها الجهاز كنماذج لقياس الرأي العام في مصر، وبالتالي فإن تحليل استطلاعات جهاز قياس الرأي العام تمكن إلى حد كبير من معرفة المستوى الذي بلغته قياسات للرأي العام في مصر خلال السبعينيات والثمانينيات، حيث وقع الاختيار على الاستطلاعات التي قام بها الجهاز منذ تأسيسه حتى عام ١٩٩٠.

ويسعى هذا المبحث إلى تحليل عينة من استطلاعات جهاز الرأي العام في ضوء القواعد والإجراءات المنهجية المعمول بها في قياسات الرأي العام في المجتمعات الليبرالية، مع مراعاة أوضاع وظروف المجتمع المصري كإطار

موضوعي يفرض قواعد وقيودا معينة على بيئة للرأي من جهة، وعمل جهاز قياس الرأي للعام من جهة ثانية.

أولاً: اختيار عينة من استطلاعات الجهاز:

قام جهاز قياس الرأي للعام منذ تأسيسه عام ١٩٧٦ وحتى نهاية ١٩٩٠ بـ ١١ استطلاعاً^(١٩) هي:-

- ١- استطلاع عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر في إبريل ١٩٧٧.
- ٢- اتجاهات الرأي للعام نحو زيارة السادات للقنص في نوفمبر ١٩٧٧.
- ٣- استطلاع للرأي العام حول ظاهرة الدروس الخصوصية في يوليو ١٩٧٨.
- ٤- استطلاع للرأي العام حول نظام الحكم المحلي في مارس ١٩٧٩.
- ٥- اتجاهات الرأي العام حول مكانة للمرأة من خلال الأمثلة الشعبية عام ١٩٨٠.
- ٦- استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه.
- ٧- المشكلات والاحتياجات الاجتماعية والنفسية لأبناء سيناء عام ١٩٨٥.
- ٨- استطلاع رأي المواطن المصري في الصناعة المصرية عام ١٩٨٥.
- ٩- استطلاع رأي للنخبة حول استخدام الطاقة النووية في مصر: دراسة استطلاعية عام ١٩٨٦.
- ١٠- استطلاع الرأي حول مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر ١٩٨٧.
- ١١- استطلاع رأي للنخبة المتخصصة حول قضية الإسكان في مصر عام ١٩٨٨.

(٥٠)

وتذكر ناهد رمزي، نائب رئيس جهاز قياس الرأي للعام سابقاً، أن وسائل الإعلام، وخاصة الصحافة كانت مصدراً أساسياً لاختيار موضوعات الاستطلاعات

والتعرف على جوانبها المختلفة التي تشغل للرأي العام، علاوة على صياغة الأسئلة، وتسير إلى أن الباحثين في الجهاز كانوا يتابعون ما يذاع في الراديو ويقدم في التلفزيون حول الموضوع الذي وقع عليه الاختيار، إلا أن الأولوية كانت دائما لما ينشر في الصحف والمجلات لأنها كانت تقدم وجهات نظر مختلفة وآراء متباينة، كما كان بالإمكان الرجوع إليها في أي وقت للاطلاع على خلفيات الموضوع وتحليله.

وتخلص ناهد رمزي إلى أن الصحافة كانت تساعد العاملين في الجهاز على اختيار موضوع الاستطلاع وصياغة الأسئلة، لكنها لم تساعد في تفسير نتائج الاستطلاع، وتؤكد أن اختيار موضوع الاستطلاع كان يتم دون تدخل أي فرد أو جهة خارج المركز، وكانت الاستطلاعات تجري بسرعة بعد موافقة لجنة المستشارين التي كانت للموضوعات والأسئلة الخاصة بكل استطلاع تعرض عليها.^(٥١)

لكن الملاحظ أن معظم استطلاعات الجهاز تناولت موضوعات لم تشغل الجمهور، أو تأثير جدلا ونقاشا عاما، بل شغلت فئات أو شرائح معينة من الجمهور، وبالتالي فهي تقيس في الغالب آراء أو اتجاهات لميذات - بغض النظر عن مدى دقتها - من هذه الشرائح لا للرأي العام، كذلك فإن بعض هذه الاستطلاعات أقرب إلى الدراسات المسحية أو الوصفية.

من هنا وقع الاختيار على عينة ممثلة لاستطلاعات جهاز للرأي العام في ضوء ثلاثة اعتبارات أساسية:-

الأول: أن تكون قد دارت حول موضوعات ذات اهتمام عام ولثارت جدلا ونقاشا.
الثاني: أن تمثل مراحل مختلفة من تطور عمل وخبرة جهاز قياس الرأي

العام خلال فترة الدراسة.

الثالث: أن تمثل موضوعات مختلفة ومتنوعة.

واستنادا إلى هذه الاعتبارات وقع الاختيار على الاستطلاعات الثلاثة

التالية:-

- ١- اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس.
 - ٢- استطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه.
 - ٣- استطلاع للرأي العام حول مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر.
- وتعكس هذه الاستطلاعات الثلاثة مراحل تطور عمل وخبرة جهاز قياس الرأي العام، وخاصة في مرحلة البداية بكل صعوبتها وإجابتها وسليتها.
- ويلاحظ الباحث الميل في بداية استطلاعات الجهاز إلى الحديث عن قياس للرأي العام، وتراجع هذا التوجه وضبطه منهجيا منذ أواخر الثمانينيات، حيث بدأ الحديث عن مجرد قياسات للرأي، والتركيز على رأي النخبة أو قطاعات من الجمهور، لكن تظل لمرحلة البداية قدرتها على شق الطريق وطموحها المبالغ فيه، الذي ربما أوقعها بوعي أو بدون وعي في كثير من الأخطاء.

ثانيا: تحليل استطلاع اتجاهات الرأي العام

نحو زيادة السادات للقدس (٥٢):

- ١- اختيار الموضوع: في ١٩ نوفمبر ١٩٧٧ قام الرئيس الراحل أنور السادات بزيارة إلى القدس اشتهرت إعلاميا بمبادرة السلام، وكانت بمثابة أول زيارة رسمية معلنة يقوم بها رئيس عربي إلى إسرائيل، وقد تمت في وقت كانت فيه مصر والدول العربية مجتمعة في حالة حرب مع إسرائيل، ونظرا لأهمية تلك الزيارة فقد استحوذت على اهتمام وسائل الإعلام المحلية والأجنبية باعتبارها أسلوبا جديدا وفريدا لحل الصراعات الإقليمية في ظل النظام الدولي ثنائي القطبية.

وركزت وسائل الإعلام المحلية، التي كانت تخضع لسيطرة الدولة بصورة مباشرة، على النتائج الإيجابية فقط لزيارة السادات للقدس، وربطت بين الزيارة وتحقيق السلام والرخاء، دون السماح بظهور أي آراء معارضة للزيارة، وتجدر الإشارة إلى أن الزيارة تمت في فترة كان للنظام الحزبي في مصر يقوم على تحديد شكلية تعتمد على وجود ثلاثة أحزاب هي حزب مصر العربي (الحزب الحاكم) وحزب التجمع، وكانت صحيفته الأمامي قد توقفت عن الصدور بعد تعرضها للمصادرة عدة مرات في أعقاب مظاهرات يناير ١٩٧٧.

أما الحزب الثالث فهو "الأحرار الاشتراكيين" وكان يؤيد زيارة السادات للقدس، ويصدر صحيفة أسبوعية باسم الأحرار^(٥٣).

ويمكن القول أن الزيارة قد أثارت اهتمام الرأي العام المصري، وأحدثت جدلاً ونقاشاً واسعاً، لم تحكمه وسائل الإعلام إذ اكتفت بإبراز مواقف وحجج المؤيدين، والتضخيم في النتائج الإيجابية للزيارة وعرضها بصورة دعائية تذهب إلى تبرير وتدعيم تلك الزيارة وكسب للتأييد لها.

هكذا يمكن افتراض أن وسائل الإعلام أثرت في تكوين آراء الجمهور إزاء زيارة السادات للقدس، ودفعته باتجاه القبول والتأييد، غير أنها لم تحل دون ظهور آراء معارضة بين المواطنين، غير أن أصحاب الآراء المعارضة لم تتح لهم فرص مواتية للتعبير عنها، وخاصة في ظل القيود المفروضة على العمل السياسي والممارسة الحزبية، وحق إصدار الصحف، وحرمان قوى سياسية أساسية من حق تشكيل أحزابها.

لقد أثر هذا المناخ المتحيز في عمليات تكوين الرأي العام تجاه زيارة السادات للقدس، وحال دون تبلوره، وأفضى إلى تزييف للرأي العام، وذلك رغم

وجود بعض الشروط اللازمة لظهور رأي عام. من هنا يمكن القول أن اختيار هذا الموضوع في هذا التوقيت يعكس قدرا من التحيز المقصود أو غير المقصود، لأنه لم تتوافر للجماهير المعلومات الصحيحة، أو فرص التعبير عن الآراء المعارضة من خلال وسائل الإعلام. كما لم يتوفر له الوقت لتأمل الحدث، ولتعرف على أبعاده، وآثاره المتوقعة.

ويمكن القول أن الهيئة التي قامت بالبحث قد تأثرت بدورها بهذا المناخ، ولا سيما أن وسائل الإعلام، وخاصة الصحف كانت أهم مصادر اختيار الموضوعات التي كان جهاز قياس للرأي العام يختارها لإجراء استطلاعات حولها والتعرف على جوانبها المختلفة، وصياغة الأسئلة، وينود الإجابة المتوقعة^(٥٤).

إن استطلاع اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس كان يقيس في التحليل الأخير مدى قدرة السلطة السياسية ووسائل الإعلام على تزييف الرأي العام في مصر تجاه حدث بالغ الأهمية، أقامت عليه القيادة السياسية وكان من مصلحتها الحصول على التأييد والدعم الشعبي، في هذا السياق فإن اختيار موضوع الاستطلاع يتمشي مع هذا للتوجه، ولعل ما يؤكد ذلك طبيعة تساؤلات وأهداف الاستطلاع التي يعرض لها الباحث بالتفصيل فيما بعد.

وثمة زاوية أخرى مهمة في قضية اختيار موضوع زيارة السادات للقدس ترتبط بكون الزيارة قد تمت بالفعل، وانتهت، أي أن استطلاع الرأي هنا يدور حول قرار وفعل سياسي قد حدث بالفعل دون استشارة للرأي العام، أو حتى طرح موضوع الزيارة على أهمية وخطورة نتائجه - للنقاش العام، وهو بذلك يعد استطلاعاً لاستجابة لاحقة للرأي العام، وليس تعبيراً عن موقف مبكر يمكن الاستناد إليه عند اتخاذ قرار، أو التروي فيه أو التحول عنه^(٥٥).

ومثل هذه الوضعية في ضوء الخصوصية الثقافية والسياسية للمجتمع

المصري، وملابسات زيارة العائلات للقمص ونتائجها قد تؤثر في آراء عينة الجمهور وتوجهاتهم، فربما يشعر بعض أو كل أفراد عينة الجمهور أن آراءهم غير مهمة، أو أن قيمتها محدودة، الأمر الذي ربما يفسر - ضمن عوامل أخرى - ضعف نسبة المشاركين في الاستطلاع حيث بلغت ٦٣ر١٥% من أفراد العينة^(٥٦).

٢- عينة الاستطلاع: بلغ حجم عينة هذا الاستطلاع ٤٥٧ حالة من محافظتي القاهرة والجيزة^(٥٧)، وقد سحبت من العينة القومية التي كانت وحدة بحوث الرأي العام والإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية قد سحبتها عن طريق الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء باحتمالية صدق تصل إلى ٨٦%، استنادا إلى تعداد أجري في ذلك الوقت وهو التعداد بالعينة لعام ١٩٦٦، وقد تم تصحيح هذه العينة مرتين فقط آخرهما للتصحيح الذي تم في نهاية عام ١٩٧٦.^(٥٨) بينما كان من الأفضل إجراء تعديل مستمر للعينة من خلال تغيير نسبة ٥% سنويا، ٥% بعد كل استطلاع^(٥٩).

ويبدو أن عدم مراجعة وتجديد العينة قد أفضى إلى بعض المشكلات من بينها أن ٦٣ر١٥% فقط من أفراد العينة شاركوا في الاستطلاع، كما أن نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين ٤٠ سنة حتى ٦٠ فأكثر بلغت ٩٠ر٦%، الأمر الذي أدى إلى عدم دقة العينة وتحيزها لكبار السن ولا يشفع في ذلك القول بأن الاستطلاع قد شمل رب الأسرة فلا شك أن نسبة أرباب الأمر أقل من أربعين سنة تزيد في المجتمع عن ١٠%.

والمرجح أن اختيار الفرد الأول من الأسرة، وهو غالبا ما يكون رب الأسرة قد تسبب في تحيز العينة، وعدم دقة نتائج الاستطلاع لأن اختيار رب الأسرة في استطلاع ذي طبيعة سياسية هو قرار متحيز، لأنه يستبعد ضمنا فئات ذات ثقل كبير في المجتمع مثل الشباب، والإناث، حيث بلغت نسبة من هم أقل من

٣٠ سنة في العينة ٨٧٧٪ فقط، ومثلت الإناث بـ ٨٩٨٪ فقط ^(١٠). وبالتالي فإن عينة الاستطلاع لا تمثل الجمهور العام سواء في مصر أم في محافظتي القاهرة والجيزة.

وتتضح أبعاد هذا التحيز بصورة جلية في تبرير الهيئة التي قُسمت بالاستطلاع اختيارها للفرد الأول من الأسرة بأنها كانت تهتم بأثر العامل الاقتصادي في علاقته ببعض المتغيرات، لكن التحليل الإحصائي وعرض النتائج لم يتعرضا لعلاقة العامل الاقتصادي بمواقف وآراء أفراد العينة، بينما اهتم على العكس بتوضيح الارتباط بين كل من المستوى التعليمي، والمهنة، مع بعض الاستجابات.

وكان من الممكن أن يهتم كاتبو التقرير بتوضيح الارتباط بين مستوى الدخل وبعض الاستجابات، لكن عدم التطرق إلى تحليل علاقة العامل الاقتصادي ببعض المتغيرات والاستجابات، يكشف عن تحيز الهيئة التي قامت بالاستطلاع في اختيار الفرد الأول من الأسرة، ويرجع مسيرتها ودعمها بقصد أو بدون قصد للخطاب الرسمي والإعلامي السائد آنذاك والذي كان يركز على العامل الاقتصادي انطلاقاً من أن المبادرة تعني تحقيق السلام الذي يؤدي إلى الرخاء الاقتصادي، ومثل هذا الربط استخدم على نطاق واسع لكسب التأييد الشعبي لزيارة القدس، ومن الواضح أن الهيئة التي قامت بالاستطلاع قد تأثرت به واستخدمته، وبالتالي يمكن القول بأن الاستطلاع من هذه الزاوية صار جزءاً من الحملة للرسمية والإعلامية.

٣- استمارة جمع البيانات: اعتمد الاستطلاع على استمارة مقابلة (انظر ملاحق الكتاب) قام بتطبيقها فريق من الباحثين الميدانيين، وعكس تصميم الاستمارة أهداف الاستطلاع والعناصر التي يعالجها فجاءت الاستمارة في ٨ أسئلة ^(١١) تغطي:-

- ١- الموقف من زيارة الرئيس للقدس (موافقة أو معارضة).
 - ٢- أسباب الموافقة على الزيارة.
 - ٣- تصور المواطن المصري لمدى جدية إسرائيل في تحقيق السلام.
 - ٤- العوامل التي دفعت بعض الدول العربية لرفض مبادرة السلام.
 - ٥- أثر المبادرة في تغيير الرأي العام العالمي لصالح الجانب العربي.
 - ٦- توقع المواطن المصري لما سينترب على الزيارة من آثار تسهم في تحقيق السلام.
 - ٧- إمكانية تعايش العرب واليهود معا في القدس.
 - ٨- الرأي حول إمكانية نجاح مؤتمر القاهرة للتحضير.
- وتتميز صياغة الاستمارة بالوضوح والتحديد، وإتاحة الفرص لظهور من لا رأي لهم، مع قياس شدة اتجاه الرأي العام نحو موضوع السؤال، لكن هذا الوضوح والتبسيط لا يخلو من تحيز وتبسيط مخل، فكل سؤال يغطي جانبا أو عنصرا من عناصر الموضوع الذي يجري الاستطلاع حوله، رغم حاجة بعض العناصر لأكثر من سؤال نظرا لطبيعتها المركبة، والحاجة إلى التعرف على أبعادها المختلفة.
- أكثر من ذلك يبدو أن الأسئلة لا تهدف إلى الوقوف على الآراء، بل مجرد معرفة للمواقف وتحديد اتجاه الموقف، والإحياء أحيانا بمواقف مؤيدة لزيارة القدس، وممايرة للاتجاه الرسمي.
- وبصفة عامة اتسم بناء الاستمارة بخلل منطقي حيث ركزت على نتائج وتوقعات الزيارة، ولم تتطرق إلى أسباب الزيارة، أو أسباب مشكلة الصراع العربي الصهيوني، ولا شك أن التركيز على النتائج والتوقعات والسكوت عن

أسباب المشكلة في ظل المناخ الإعلامي والسياسي للمصاحب لزيارة السادات للقدس قد أثر في توجهات وآراء الجمهور نحو الموافقة وممايرة الموقف الرسمي. في هذا السياق تبرز عدة مظاهر لعدم الدقة المنهجية والتحيز المنهجي في بناء وصياغة أسئلة الأسئلة أهمها:-

أ- إن أسئلة الاستمارة مغلقة ولا يوجد بها بنود أخرى تذكر.

ب- ركزت أسئلة الاستمارة على معرفة مواقف الموافقين جدا والموافقين على زيارة السادات للقدس، أي أن السؤال الأول كان بمثابة سؤال تصفية استبعد غير الموافقين، وهو أمر لا يتفق مع أهداف الاستطلاع والعناصر التي يعالجها، ومن بينها معرفة تصور المواطن المصري لمدي جدية إسرائيل في تحقيق السلام، وتوقع للمواطن لأثار الزيارة، ولا شك أن مصطلح المواطن المصري يشمل الموافقين وغير الموافقين، لأن الموافقين فقط كما ذهبت أسئلة الاستمارة.

ج- إن صياغة الأسئلة انطوت على الإحياء بالموافقة على زيارة القدس، ودعم الاتجاه للرسمي، فمنطوق السؤال الأول هو يا تري أنت موافق على زيارة السادات للقدس؟ ولم يشر إلى عدم الموافقة، وكان من الأفضل لضمان عدم التحيز أن تكون صيغة السؤال: ما رأيك في زيارة السادات للقدس، أو يا ترى أنت موافق على زيارة السادات للقدس أم غير موافق؟

كذلك اتجه السؤال الثالث والخامس والسادس والثامن إلى التركيز على الجوانب الإيجابية التي توجي بالموافقة.

د- ساءرت الأسئلة الاتجاه الرسمي في استخدام بعض الكلمات والمفاهيم الموحية التي روجت للكثير الإيجابية المتوقعة للزيارة ونقل من قيمة الأطراف العربية

التي عارضت الزيارة، فينص السؤال الرابع على: مثلاً فيه بعض جهات عربية هاجمت زيارة السادات للقدس، تفكر فيه؟ رغم أن معظم الأطراف العربية كانت قد عارضت الزيارة، كذلك فإن استخدام فعل هاجمت يوحي بصورة ورموز عدائية، وبالتالي ردود أفعال تختلف عن استخدام فعل عارضت.

هـ- إن بنود الإجابة على السؤالين الثاني والرابع لا تغطي كل الاحتمالات، كما أن بعض البنود التي وردت فيها تنطوي على تحيز واضح فقد ورد في بنود إجابة السؤال الثاني الاستغناء عن دعم الدول العربية، بينما لم يرد مثلاً بند الاستغناء عن دعم الدول الغربية، أو بند تحقيق السلام، كما أن بنود إجابة السؤال الرابع لم تتضمن مثلاً أي إشارة لاقتناع العرب بأن إسرائيل ترفض السلام، أو إعطاء الفلسطينيين حقوقهم، في المقابل أشار أحد البنود إلى ميل العرب إلى الحل العسكري.

و- إن عدم توجيه سؤال على نمط السؤال الرابع أي سؤال المبحوث عن أسباب معارضة بعض المصريين للزيارة قد يوحي بأن جميع المصريين موافقون، وأن بعض العرب فقط هم الراضون، أو أنه لا أهمية لمعرفة أسباب عدم موافقة بعض المصريين على زيارة السادات إلى القدس^(١٢).

ويرى الباحث أن استخدام تعبير بعض الجهات العربية، وفعل هاجمت لوصف الأطراف العربية التي عارضت الزيارة، ثم عدم توجيه سؤال مماثل عن المعارضين للزيارة، ربما أدى إلى تأجيج نزعة وطنية مصرية تفترض موافقة كل المصريين، مقابل بعض الجهات العربية التي تهاجم زيارة السادات للقدس، أي توظيف الشعور الوطني المصري في التحليل الأخير ضد كل من يعارض الزيارة.

ومهما يكن من أمر تصميم وصياغة الأسئلة، فإن عدم إجراء تجارب الصدق والثبات على الاستمارة ربما أدى إلى الوقوع في الأخطاء السابقة، لكن قد يكون عامل الزمن والرغبة في ملاحقة حدث زيارة السادات للقدس وتفاعلاته السياسية وراء عدم القيام بهذه الخطوات المنهجية.

٤- تطبيق الاستمارة: جمعت بيانات هذا الاستطلاع بعد ظهر الخميس ١٥/١٢/١٩٧٧ ويوم الجمعة ١٦/١٢/١٩٧٧، أي خلال ٣٦ ساعة فقط، وهي نقطة إيجابية مهمة تؤكد قدرة جهاز قياس الرأي العام رغم حداثة نشأته على العمل الميداني في وقت قصير.

وقد بلغ عدد أفراد العينة الذين تم التطبيق عليهم ٤٧٩ حالة، بنسبة ١٥ر٦٣٪ من حجم العينة، وهي نسبة ليست كبيرة مما أثر على دقة نتائج البحث، إلا أن هناك أسبابا موضوعية تفسر ذلك هي عدم وجود بعض العناوين، لإزالة المبني، أو لعدم وجود بعض الأفراد في العناوين المسجلة نتيجة لانقضاء أكثر من ١٥ سنة على جمع البيانات الأساسية للعينة، أو لعدم وجود المفحوص في منزله نتيجة لتغير محل الإقامة، أو السفر، أو الوفاة^(١٣).

واعتمد جهاز قياس الرأي العام على عدد من الباحثين الميدانيين غير المتفرغين، وقد تلقى هؤلاء تدريبات على يد الخبراء والباحثين الذين اشرقوا على إجراء الاستطلاع^(١٤).

٥- تحليل البيانات: أنجزت جميع المعالجات الإحصائية على الحاسب الآلي واعتمدت على استخراج جداول تكرارية بسيطة ونسب مئوية وحساب توزيعات تكرارية مركبة بين كل متغير والآخر وبين مؤشرات السن والدخل وأنواع المهن، ويلاحظ سرعة الانتهاء من هذه العمليات خلال منتصف نهار

يوم السبت ١٧/١٢/١٩٧٧، والاعتماد على معاملات إحصائية بسيطة، ومناسبة لطبيعة البيانات.

٦- عرض النتائج: لتم عرض النتائج بالدقة والشمول واستخدام لغة تقريرية رصينة، مع مراعاة توضيح كافة الإجراءات والخطوات المتبعة في الاستطلاع، علاوة على ذكر نسبة الذين استجابوا من إجمالي العينة، ونسبة من لا رأى لهم، ومع ذلك لم يخل العرض من تحيز ولغة خطابية عند مناقشة نتيجة الاستطلاع، وهي الموافقة بالإجماع بنسبة ١٠٠٪.

والواقع أن هذه النسبة غير معروفة في تاريخ استطلاعات الرأي العام في العالم كما أنها غير منطقية مما يؤكد تحيز الاستطلاع سواء بسبب التوقيت، أو العينة، أو بناء وصياغة أسئلة الاستمارة، أو تطبيقها، أو لهذه الأسباب مجتمعة. من جهة أخرى فإن التقرير الذي يعرض للنتائج يتحدث أحيانا عن العينة، وفي أحيان أخرى عن الرأي العام أو المواطن المصري مما يثير خلطا وتداخلا ربما يؤدي إلى القول بأن الرأي العام في مصر يؤيد زيارة السادات إلى القدس تأييدا تاما وكاملا على نحو ما ذكر التقرير^(١٥).

وبغض النظر عن إيجابيات وسلبات عرض النتائج فإن التقرير لم ينشر، ولا يوجد ضمن مطبوعات المركز القومي للبحوث الاجتماعية التي يمكن لزائر المكتبة الاطلاع عليها^(١٦)، الأمر الذي يثير في الأخير تساؤلات حول حياد وموضوعية هذا الاستطلاع وعلاقته بعمليات التوظيف السياسي لرأي الجمهور، وخاصة أن صف تلك الفترة استخدمت نتائج الاستطلاع في دعم وتبرير زيارة القدس، وأكدت أن الرأي العام للمصري يؤيد زيارة السادات للقدس بنسبة ١٠٠٪. في المقابل فإن عدم نشر التقرير النهائي علي نطاق واسع يثير إشكالية احتكار^(١٧)

السلطة، سواء كانت مركز بحوث أو سلطة سياسية للمعلومات وحجب المعرفة واستغلالها لتحقيق أهداف خاصة بها

ثالثاً: تحليل استطلاع للرأي العام حول قضية

وصول الدعم الي مستحقية:- (٦٨).

١- اختيار الموضوع:

مع بدء سياسة الانفتاح الاقتصادي في المبعينيات شهد الاقتصاد المصري تحولات أساسية اتجهت إلى الحد من تدخل الدولة في الاقتصاد والأخذ بالآليات السوق، واستدعي ذلك مراجعة كثير من السياسات الاقتصادية كان من بينها الدعم. وتعدد جوانب وأشكال للدعم، إلا أن الدعم المباشر الذي تقدمه الحكومة في صورة تخفيض في أسعار الخدمات والبيع الأساسية قد حظي بالاهتمام الأكبر، وبمعظم الجدل والنقاش الذي دار في أجهزة الدولة ووسائل الأعلام المختلفة.^(٦٩)

وكان ارتباط قضية الدعم بميزان المنفوعات قد فتح الباب لضغوط قوي خارجية ومؤسسات تمويل طالبت بالتخلص من الدعم في الميزانية المصرية كشرط لتمويل الاستثمارات الداخلية^(٧٠)، ولأت استجابة الحكومة لبعض هذه المطالب في يناير ١٩٧٧ إلى مظاهرات شعبية في المدن الكبرى، دفعت الحكومة إلى التراجع عن التنفيذ غير ان الموضوع استمر مطروحا للنقاش، حيث طرحت وجهات نظر خلافية حول تقويم سياسة الدعم والتدخل والحلول التي يمكن الأخذ بها للمواءمة بين الاحتياجات الاقتصادية ومطالب صندوق النقد ومؤسسات التمويل الدولية، والجوانب الاجتماعية ممثلة في احتياج اغلب الأسر المصرية للدعم، وارتفاع أسعار كثير من السلع والخدمات في حالة إلغائه.

في هذا الإطار تتضح أهمية لختيار موضوع الدعم لإجراء استطلاع حوله،

وخاصة انه قد طرح للجدل والنقاش العام واختلّت حوله الآراء والتصورات، لكن الملاحظ ان دائرة الجدل والنقاش ووجهات النظر الخلاقية ظلت مقصورة علي النخبة ولم تتجاوزهم إلى الجمهور العام بحكم الطبيعة الاقتصادية - الاجتماعية المركبة لقضية الدعم، وتعدد وتشابك جوانبها بصور يصعب على أفراد الجمهور العام إدراكها، وبالتالي المشاركة في النقاش الدائر حولها أو تكوين رأي حولها، الأمر الذي انعكس كما سدرى علي نتائج الاستطلاع.

ولا يتنافى ذلك مع حقيقة أن قضية الدعم كانت تمس مصالح الجمهور في معظمه، وانه كان يشعر أو يدرك بالفطرة أن مصلحة مع البقاء على الدعم . فالرأي العام يتجاوز الحس العام أو الحكم بالفطرة ^(٧١)، كما أن مقوماته وشروطه لا تنطبق على الجدل والنقاش الذي دار حول قضية الدعم وارتبط أساسا بالنخبة السياسية والمتخصصين والمنقبين.

من هنا فإن اختيار مثل هذا الموضوع لإجراء استطلاع رأى عام لم يكن اختياراً سليماً ، وربما كان الأقرب إلى الدقة إجراء استطلاع لجمهور أو قطاع من النخبة حول قضية الدعم .

٢- عينة الاستطلاع :

لا يوضح التقرير النهائي الطريقة التي سنجت بها العينة، ويشير فقط إلى أن الدراسة (يقصد الاستطلاع) أجريت على مستوى الجمهورية حيث اختيرت خمس محافظات هي القاهرة، البحيرة، القليوبية، الجيزة، أسيوط لتمثيل المحافظات الحضرية ومحافظات شمال وجنوب الوجه البحري وشمال وجنوب الوجه القبلي.

وبلغ حجم العينة ١٤٦٨ مفردة، موزعة على الحضر بنسبة ٦٥ر٥٨٪، والريف بنسبة ٣٥ر٤١٪، ونظرا لان هذا الاستطلاع قد روعي فيه اختيار الفرد

الأول من الأسرة - عادة ما يكون رب الأسرة - بالإضافة إلى الفرد الثاني من الأسرة - عادة ما تكون الزوجة - لذا فقد مثلت فئات الأعمار المختلفة بنسب متفاوتة تراوحت ما بين ٢٠ سنة، ٧٥ سنة (٧٢) كما جاءت النسب متقاربة بين الذكور (٢٩ر٥١%)، والإناث (٤٨ر٧١%).

بيد أن توزيع أفراد العينة طبقا للمستويات التعليمية لم يعكس توازنا مماثلا، فقد بلغت نسبة الأميين ٦٧ر٥٩%، ويقرأ ويكتب ٩٣ر٢١% بينما كانت نسبة ذوي التعليم المتوسط ٣٤ر٦%، والعالي ٣٧ر٣% ولاشك أن ارتفاع نسبة الأمية بين أفراد العينة يفسر بعض أهم نتائج الاستطلاع مثل ارتفاع نسبة الذين ذكروا أنهم لم يسمروا عما يسمى مفهوم الدعم إلى ٦٠ر٥٩% من أفراد العينة.

وبصفة عامة فإن عدم توضيح التقرير للطريقة التي سحبت بها العينة ونوعها، لا يتفق والتقاليد العلمية المعترف بها، والتي عادة ما نلتزم بها معاهد قياس الرأي العام التابعة لمؤسسة جامعية أكاديمية، الأمر الذي يؤثر مدي موضوعية الإجراءات التي اتبعتها جهاز قياس الرأي العام في سحب عينة الاستطلاع ونتائجه.

٣- استمارة جمع البيانات:

سجل جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في هذا الاستطلاع تطورا مهما تمثل في القيام بتجارب استطلاعية لاختبار مدى وضوح وصدق وثبات الاستمارة، فقد جري تطبيق الاستمارة على عينة مسن ٥٠ فردا اختيرت لتمثل نفس موصفات العينة الأصلية للتأكد من سلامة ووضوح الاستمارة، وإغلاق بعض الأسئلة المفتوحة، وإضافة بعض الأسئلة التي تكون هيئة البحث قد أغفلتها، علاوة على إجراء تجربة لحساب ثبات الاستمارة بعد إجراء

التعديلات التي فرضتها نتائج التجارب السابقة.

ورغم أهمية هذه الإجراءات - لم يجر العمل بها في استطلاع اتجاهات الرأي العام نحو زيارة القدس - إلا أن ما يؤخذ عليها هو عدم ذكر طريقة سحب عينة التجارب الاستطلاعية، أو خصائصها، والتعديلات التي أدخلت علي بنود الاستمارة، وطريقة حساب ثبات الاستمارة.

من ناحية أخرى راعى الفريق الذي قام بالاستطلاع في تصميم الاستمارة شمول القضايا المتعلقة بموضوع الدعم، وبساطة الأسلوب ليتناسب مع عينة تمثل الجمهور المصري بمختلف مستوياته التعليمية، فضلاً عن عدم إطالة بنود الاستمارة حتى لا تشكل عبئاً علي أفراد العينة^(٧٣) ولا شك أن محاولة الجمع أو التوفيق بين هذه الاعتبارات مستحيل منطقياً بحكم طبيعة موضوع الاستطلاع، الذي يتضمن قضايا وجوانب معقدة، ومن ثم فإن محاولة الجمع بين الشمول والتبسيط تتعارض وعنصري الدقة والوضوح، كما تضمنت قرا من التوجيه والإجاء بالإجابة.

لقد صممت الاستمارة (انظر ملاحق الكتاب) لتغطي ثلاثة جوانب رئيسية في موضوع الدعم اختص كل منها بعدد من الأسئلة،^(٧٤) فتناولت الفئة الأولى مدي إدراك أفراد العينة للمعنى الصحيح لموضوع الدعم، وسعت الاستمارة لتوحيد مفهوم الدعم في أذهان أفراد العينة بتقديم تعريف مبسط لمفهوم الدعم لكل أفراد العينة، أما الفئة الثانية فدارت حول مدي استفادة المواطن المصري من الدعم، وهل يصل إلى مستقيه فعلاً أم لا، واهتمت الفئة الثالثة بمعرفة اتجاهات المواطنين نحو الاقترحات والآراء والحلول، واقتصرت الفئة الرابعة على معرفة الرأي بصفة عامة في موضوع الدعم^(٧٥).

ويمكن القول أن الخلل الرئيسي في بناء الاستمارة وتسليل أسئلتها يتمثل في ثلاث نقاط:-

النقطة الأولى:- محاولة تعريف أو إخبار اغلب أفراد العينة بموضوع لا تتوافر لديهم معلومات حوله، ولم يسمعوا عنه شيئاً (٦٠٪ من أفراد العينة)، ثم جمع استجاباتهم وآرائهم حول الموضوع، أي أن الاستطلاع هنا يقوم بدور تعليمي أو إخباري ثم يقيس بعد ذلك - وفي موقف تطبيق الاستمارة - نتيجة هذا الدور.

والمعروف أن للقواعد والإجراءات العملية في قياس الرأي العام ترفض وتحذر من مخاطر هذا الإجراء على موضوعية القياس ونتائجها، كما ترفض وتحذر بالتقدير نفسه من سؤال مبحوثين عن موضوع لا تتوافر لديهم عنه معلومات. النقطة الثانية:- التركيز على الحلول والتصورات المقترحة لمشكلة الدعم، وقلة الاهتمام بنتائج وتداعيات المشكلة، وتجاهل أسبابها، واستنادا إلى نموذج الموقف الإشكالي فإن عدم التوازن بين جوانب مشكلة الدعم (النتائج - الأسباب - الحلول) يؤثر على دقة وسلامة إدراك أفراد العينة للمشكلة واستجاباتهم، وهو ما يمثل أحد مصادر التحيز المقصود أو غير المقصود في بناء الاستمارة، وترتيب أسئلتها.

النقطة الثالثة:- أن التركيز على الحلول جاء في صور مفككة ومجزأة، فقد اهتمت أسئلة الاستمارة بمعرفة رأي أفراد العينة في كل حل أو مقترح على حدة، ولم تحاول الربط بين الحلول والمقترحات المختلفة، أو معرفة تفصيلات أفراد العينة لهذه الحلول بصورة مجمعة، وبالتالي جاءت النتائج الخاصة بالحلول أو المقترحات جزئية وغير مترابطة، مما يقلل من أهميتها.

ولعل الوقوف على بعض المظاهر التفصيلية للخلل، وعدم الدقة توضح ما يقصده الباحث:-

أ- إن السؤال الأول يبدأ بتقرير حقيقة أن "الدولة مهتمة اليومين دول بموضوع اسمه للدعم" ومثل هذه الصياغة ربما أضفت على الاستطلاع صفة الرسمية أو التبعية للحكومة مما قد يثير مخاوف المبحوثين في ضوء تراث المصريين الطويل من التشكك، والخوف من الدولة المركزية ورموزها.

ب- أن السؤال الأول يعتبر سؤال تصفية إذ كان يهدف إلى معرفة المبحوث أو سماعه بموضوع الدعم، ورغم أن ٦٠٪ ٥٩، أجابوا بأنهم لم يسمعوا عن الموضوع لم يستبعدوا من العينة، بل واصل الباحثون الميدانيون تطبيق الاستمارة اعتمادا على قراءة تعريف الدعم علي هؤلاء المبحوثين.

ج- خلت الأسئلة من بند "لا اعرف"، وبند "لا رأي له"، ولم يظهر ببند أخرى تذكر، إلا في عدد قليل من الأسئلة، رغم أنه كان من الملائم ظهور هذه البنود في عدة أسئلة مثل السؤال الرابع، والسؤال الرابع عشر والسادس عشر. وربما تبدو أهمية بند "لا اعرف"، وبند "أخرى تذكر" في ضوء أن ٦٠٪ ٥٩ من أفراد العينة لم يسمعوا عن الدعم، ومع ذلك جري تطبيق الاستمارة عليهم.

د- أن السؤال الثالث حول تقدير المبحوث لتكلفة الدعم على الدولة يتنافى وطبيعة عينة الاستطلاع التي يفترض إنها تمثل الرأي العام، وبالتالي ضرورة التبسيط والابتعاد عن الأسئلة المتخصصة، فالمسأل يتطلب نوعية خاصة من الجمهور، ولعل ما يؤكد ذلك أن ٦٢٪ ٨١ من الأفراد لم يتوصلوا إلى تقديرات صحيحة لتكلفة الدعم، علما بأن التقدير الصحيح الذي اخذ به الفريق الذي قام بالاستطلاع هو ٢٠٠٠ مليون جنيه. بارتفاع أو انخفاض ٢٠٠ مليون جنيه.

هـ- غموض وعدم وضوح بعض للصياغات، فما المقصود في السؤال السادس من أن خروج بعض السلع عن الدعم يؤدي إلى أن يكون لها أكثر من سعر، وكذلك يثير السؤال العاشر لبسا وتدخل حول ملوك المستهلك إزاء السلع المدعومة.

و- استخدام بعض للكلمات والعبارات التي توحى بالإيجابية وتوجه المبحوث وجهة معينة تتفق والتحيزات غير المعلنة للفريق الذي قام بالبحث.

فينص السؤال السابع مثلا على "تفكر السلع التي تدعها الدولة هي السلع لضرورية جدا اللي الناس ما تقدرش تستغني عنها؟" ومثل هذه الصياغة تذكر فقط الجوانب الإيجابية مما يدفع المبحوث عادة للإجابة بنعم، أي رفض إلغاء الدعم. كذلك يتناول السؤال الحادي عشر أحد جوانب الصورة فقط حيث نص على "في رأيك فيه ناس يشتقيد من الدعم من غير ما تستحق".

ويسأل السؤال الثالث عشر المبحوث: هل يوافق علي زيادة أجور موظفي وعمال الحكومة وأصحاب المعاشات كحل لمشكلة الدعم مع الإشارة إلي أن هذا الأجراء سيرفع الأسعار، ولاشك أن هذا الربط قد يوحي بالرفض، وخاصة أن هناك فئات أخرى من ذوي الدخل المحدود قد استبعدهم السؤال مثل العمال الزراعيين والفلاحين ذوي الحيازات الصغيرة (أقل من فدان) علي أن التحيز والإيحاء بالإجابة يتضح بدرجة أكبر في السؤال السادس عشر الذي يصف الاقتراح للقاتل بإلغاء الدعم واستخدام مخصصاته في الاستثمار بأن فوائده ستظهر بعد ثلاث أو أربع سنوات مما قد يغير المبحوث ويدفعه للرفض فأفراد الجمهور العام الذين يحصلون على خدمة رخيصة لن يتنازلوا عنها لصالح فائدة مؤجلة، وغير مضمونة.

٤- تطبيق الاستمارة:

لا يذكر التقرير النهائي تاريخ تجريب أو تطبيق الاستمارة، فالغلاف الخارجي مؤرخ بعام ١٩٨٣، بينما الغلاف الداخلي مؤرخ بـ يوليو ١٩٨٢، ولا يذكر التقرير أيضا شيئا عن تدريب الباحثين الميدانيين وأسلوب مراجعة البيانات ميدانيا،

غير أن نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا ذكر أنه جري تدريب الباحثين الميدانيين ومتابعة عملهم في الميدان^(٧٦).

ويلاحظ أن التقرير النهائي لم يذكر شيئا عن نسبة تطبيق الاستمارة على أفراد العينة، وربما لأنه لم يذكر شيئا أيضا عن نوع العينة وطريقة اختيارها.

على أي حال فإن التقييم الموضوعي يفرض على الباحث التساؤل عن مدى الثقة في نتائج تطبيق الاستمارة، فإذا كان ٦٠ و ٥٩% من أفراد العينة قد قالوا بأنهم لم يسمعوا عن الدعم، كما أن ٨١ و ٦٢% لم يتمكنوا من تقدير النسبة الصحيحة لتكلفة الدعم، فكيف يمكن الاطمئنان إلى أن كل أفراد العينة قد استطاعوا الإجابة على كل أسئلة الاستطلاع دون تدخل - بصورة أو بأخرى - من قبل الباحثين الميدانيين.

٥- تحليل البيانات:

اعتمد تحليل البيانات على استخراج جداول تكرارية بسيطة، ونسب مئوية، مع حساب توزيعات تكرارية بين اتجاهات أفراد العينة نحو قضية الدعم، ومؤشر ريف - حضر، ومؤشر للتعليم.

وفي حدود نوع الأسئلة وطبيعة البيانات وأهداف الاستطلاع، يمكن القول أن المعالجة الإحصائية كانت ملائمة ومفيدة بوجه عام، إلا أنه كان يمكن الاهتمام بإبراز بعض علاقات الارتباط بين بعض أهم شرائح العينة، واتجاهاتها، نحو قضية الدعم.

٦- عرض النتائج:

قدم التقرير النهائي في صفحاته الأولى نص استمارة أسئلة الاستطلاع، ثم جاءت بعد ذلك المقدمة لتعطي خلفية شاملة لقضية الدعم بجوانبها المختلفة

الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، ونوعية ومستوى الجدل والنقاش الذي دار حول الموضوع واتجاهاته المختلفة.

وأوضح التقرير أهداف الدراسة وحدودها، وأشار إلى حجم العينة ومجالها الجغرافي وخطوات إعداد وتجريب استمارة الاستطلاع، ثم عرض خصائص أفراد العينة، وتكرارات ونسب إجاباتهم.

واستخدم التقرير في العرض لغة رصينة واضحة تخلو من المبالغات، إلا إنه كما سبق الإشارة لم يذكر نوع العينة، وطريقة سحبها، وتاريخ تطبيق الاستمارة، ونسبة النجاح في الوصول إلى العينة، كذلك لم يعرض نتائج السؤال السابع عشر رغم أهميته حيث يدور حول المصادر التي يمكن أن تحصل بها الحكومة على تمويل لاستمرار الدعم، بينما عرض لنتائج السؤال الثامن عشر والتاسع عشر، ومن المحتمل أن تكون حساسية السؤال السياسية وراء عدم نشر نتائجه.

وتجدر الإشارة إلى أن التقرير النهائي خلط بين الدراسة والاستطلاع، واستخدمهما في أكثر من موضع بمعنى واحد، رغم اختلاف استطلاع الرأي عن الدراسة.

وقدم التقرير في جزء مستقل في صفحاته الأخيرة تعليقا على نتائج الاستطلاع أكد فيه أن ما يزيد على ٩٥٪ من أفراد العينة يستفيدون من السلع المدعومة، وأن ٩٧٪ من أفراد العينة رفضوا أي سياسة ترمي إلى رفع أسعار السلع المدعومة.

واجتهد في تبرير التناقض بين كون أغلبية مفردات العينة لم يسمعوا عن الدعم شيئا ومع ذلك أجابوا على أسئلة الاستطلاع فنكر أنه "عندما قدم لهم شرح

واضح ومبسط لمفهوم الدعم وبدأ الباحثون في طرح الأسئلة، اتضح أن جميع أفراد العينة كان لهم رأي واضح ومحدد حول جميع النقاط المدرجة تحت هذا الموضوع، مما أدى إلى انخفاض فئة من لا رأي له من الأفراد إلى أدنى مستوي لها إلى حد أنه لم يكن لهذا النوع من الاستجابة أي وجود على الإطلاق في أغلب الأسئلة المطروحة، مما يوضح أن قضية الدعم تشغل بال النسبة الغالبة من الأفراد^(٧٧).

ولعل هذا الاستشهاد الطويل يكشف عن ضعف التبرير واستحالته منطقياً وواقعياً، فالشرح المقدم لمفهوم الدعم^(٧٨) لا يكفي لتعريف أفراد العينة الذين لم يسمعوا عن الدعم بالقضايا المرتبطة به، ومن ناحية أخرى فإن الاستثمار لم يتضمن أصلاً أي بند لمن لا رأي له.

ومهما يكن من أمر نتائج هذا الاستطلاع فإن المصدر الأساسي لجوانب القصور والتحيز يرجع إلى الخطأ في اختيار عينة من الجمهور العام لمؤالها عن موضوع يتضمن قدراً من التخصص الذي يتطلب عينة من المتخصصين أو النخبة.

رابعاً: تحليل استطلاع للرأي من مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية (مشروع قانون ١٩٨٦):-

١- اختيار الموضوع:-

في أوائل عام ١٩٨٦ طرح الحزب الوطني للديمقراطي الحاكم مشروع قانون بتنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأرض الزراعية، وقد تضمن المشروع مقترحات أساسية من شأنها تغيير نمط استغلال الأرض الزراعية وطبيعة العلاقة بين المالك والمستأجرين ومن أهم هذه المقترحات رفع القيمة الإيجارية إلى

١٥ مثل الضريبة، وتحديد مدة لسريان عقود الإيجار يتم الالتزام بها بين طرفي التعاقد، والاتجاه نحو عدم توريث عقد الإيجار إلا بشروط.. والالتزام بنظام المزارعة باعتباره الأسلوب الأكثر إيجابية في الزراعة.. والنص علي حق المالك في التصرف في ملكيته المؤجرة وتعويض المستأجر. " (٧٩).

وفجرت هذه المقترحات كما يشير التقرير النهائي مناقشات وجدلا حول مدي وضرورة هذا التغيير وتوجهاته، وعلاقته بالتنمية الاقتصادية واعتبارات العدالة الاجتماعية، وتمثلت أطراف النقاش في الخبراء والمتخصصين والقوي السياسية ووسائل الإعلام، وشهدت قاعات مجلس للشعب واللجان الزراعية بالأحزاب، وبعض النقابات والمنتديات الثقافية درجة عالية من الخلاف والجدل، واستمرت حتى طرح للمشروع في يناير ١٩٨٦ وحتى تاريخ كتابة التقرير النهائي في ديسمبر ١٩٨٧ (٨٠).

بل يمكن القول أن هذا الجدل والنقاش استمر حتى صدور قانون تعديل العلاقة الإيجارية بين الملاك والمستأجرين في الأراضي الزراعية عام ١٩٩٢. ولاشك أن الموضوع تتوالف فيه عناصر أساسية ضرورية لتشكل رأي عام، مثل أهمية الموضوع وإثارة جدل ونقاش حوله، عكس وجهات نظر ومصالح متباينة، لكن هذه العناصر تغتفر لعنصر مهم، وهو مشاركة الجمهور العام الذي ترتبط مصالحه بقضية للعلاقة بين المالك والمستأجر.

فمن الواضح أن الجدل والنقاش انحصر، كما هو الحال بالنسبة للجدل والنقاش الذي ارتبط بقضية الدعم، في صفوف الفخبة، ولم يشارك فيه أصحاب المصلحة الحقيقية من صغار الملاك والمستأجرين الذين يمثلون الجمهور العام، وليس أدل علي ذلك من أن ٦٩٠ مبحوثا بنسبة ٤٧٪ لم يسموا عن موضوع

الاستطلاع، وبالتالي من الصعب القول بأن هؤلاء لديهم معلومات كافية عن الموضوع، وعن أبعاد المشكلة وطبيعتها، ومستوي الجدل والنقاش المثار حوله، والحجج والبراهين التي يقدمها كل فريق.

ومع ذلك من الممكن الثقة إلى حد كبير في معرفتهم بالموضوع وامتلاكهم بالفعل لآراء ومواقف محددة سلفاً، إذ أن معظم أسئلة الاستمارة تركز على موضوعات تتصل مباشرة بحياتهم وخبرتهم، وبقضايا خاصة بالأرض، ربما سبق لهم التفكير فيها ومناقشتها.

لكن تبقى علي أي حال إشكالية عدم معرفة قطاع كبير من الجمهور العام بموضوع مرتبط بمصالحه المباشرة، وبالتالي عدم مشاركته في الجدل والنقاش الدائر حوله، والذي ينحصر عادة في صفوف النخبة.

إن هذه الإشكالية تمثل قاسماً مشتركاً بين استطلاع الرأي من مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية، واستطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه، ويبدو أنها إشكالية ترتبط بشروط تشكيل وقياس الرأي العام في مصر ودول الجنوب عامه.

وتوجد أسباب عديدة تاريخية وثقافية واجتماعية تفسر ضعف اهتمام الجمهور العام بمناقشة القضايا العامة وانفراد النخبة في كثير من الأحيان باستخدام هذا الحق، من هنا تبرز صعوبة اختيار موضوعات تصلح لاستطلاع الرأي العام في مصر ودول الجنوب عامه كما تبرز مخاطر الاعتماد علي الجدل والنقاش في وسائل الإعلام المقروءة للحكم علي موضوع بأنه محل اهتمام عام، فوسائل الإعلام المقروءة لا يستطيع الاميون استخدامها، وهم في معظم مجتمعات الجنوب لا يمثلون الأغلبية.

ويري الباحث أن الجهات والهيئات التي تقوم بعملية اختيار موضوعات للاستطلاع في مصر لابد أن تعي الأمور التالية:-

أ- إن ما تهتم به الصحف ودوائر المختصين والمثقفين واللجان البرلمانية والحكومية قد لا يصل إلى الجمهور العام في ظل فجوة المعلومات التي تعاني منها مجتمعات الجنوب عامة والمجتمع المصري خاصة، وفي ظل عدم اهتمام الإذاعة والتلفزيون المملوكين والتابعين للدولة بعرض موضوعات خلافية أو السماح بعرض وجهات نظر خلافية حول موضوع يتعلق بسياسة الدولة.

في هذا السياق يمكن القول إن القائمين باستطلاع وصول الدعم إلى مستحقيه، واستطلاع الرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر^(٨١)، قد ركزوا على الجدل والنقاش الدائر في الصحف وبين النخبة، ولم ينتبهوا إلى أن الإذاعة والتلفزيون في مصر لم يهتما بطرح ومناقشة موضوعي الدعم وتنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر، ومن ثم جاء الارتفاع الملحوظ في نسبة من لم يسمعا عن الموضوعين.

ب- ضرورة سحب عينة بديلة بنفس مواصفات عينة الاستطلاع وذلك لاستخدامها في حالة ما إذا واجه الباحثون الميدانيون عدم معرفة بعض أفراد العينة الأساسية لموضوع الاستطلاع، فضلاً عن مواجهة المشكلات التقليدية المعروفة عند تطبيق الاستمارة على العينة مثل المسفر أو الوفاة أو تغيير العنوان. ويرى الباحث أهمية توسيع حجم العينة البديلة بنسب أكبر من المعدلات المعروفة دولياً لتصل إلى ما بين ٤٠ - ٥٠٪ - حسب موضوع كل استطلاع والعينة المطلوبة - حتى يتسنى مواجهة كل هذه المشكلات.

ج- أهمية أن تكون أسئلة الاستمارة بسيطة ومركزة ومختصرة ومرتبطة بالحياة

اليومية، والخبرة المباشرة للمبشرين، ذلك حتى يمكن الحد من مشكلة نقص المعرفة وضعف اهتمام الجمهور العام في مصر ودول الجنوب بالقضايا العامة.

وتجدر الإشارة إلى أن الطابع الاقتصادي المسيطر على أسئلة استطلاع وصول الدعم إلى مستحقيه قد شجع للباحث علي اقتراح أن يقتصر مثل هذا الاستطلاع علي النخبة، بينما جاءت الأسئلة المباشرة والبسيطة والتي تتعلق بخبرة الملاك والمزارعين لتقل إلى حد كبير ارتفاع نسبة من لم يسمعوا شيئاً عن مشروع تنظيم . بين المالك والمستأجر.

٢- عينة الاستطلاع:

نظراً لطبيعة موضوع الاستطلاع، وتعدد الأطراف التي لها علاقة به، فقد راعت الهيئة التي قامت بالاستطلاع تمثيل للملاك والمستأجرين وللملاك المستأجرين، في الوقت نفسه، ومن محافظات ومختلفة تعكس تنوع نظم استغلال الأراضي الزراعية، وتفاوت توزيع الملاك والمستأجرين على الحيازات الزراعية المختلفة، فضلاً عن اختلاف إنتاجية الأرض الزراعية ذاتها.

وفي ضوء هذه الاعتبارات اختيرت عينة طبقية تمثل الملاك، والمستأجرين، والملاك المستأجرين، وتضم ١٥٠٠ مفردة من أرباب الأسر، من الحائزين لأراض زراعية مملوكة أو مملوكة ومستأجرة في الوقت نفسه، أو ارض مستأجرة فقط، واتفق علي أن يتم تطبيق الاستبيان علي رب الأسرة الذكر أو الأنثى في حالة ما إذا كانت هي العائل^(٨٢).

واختيرت محافظتان من الوجه البحري ومحافظتان من الوجه القبلي وهي: الشرقية والقليوبية والجيزة والمنيا، وقد خضع اختيار هذه المحافظات لعامل أساسي

هو طبيعة الحيازات في محافظات الجمهورية، من هنا مثلت محافظة الشرقية المحافظات التي تغلب فيها الحيازات المملوكة، ومحافظة المنيا المحافظات التي تغلب فيها الحيازات المستأجرة، وتساوت محافظتا القليوبية والجيزة من حيث الحيازات المستأجرة والمملوكة ^(٨٣).

على أن اختيار العينة بهذا الشكل لم يراع الاعتبارات السابقة والتي تمثل متغيرات أساسية مؤثرة في موضوع الاستطلاع، فقد شملت العينة ٢٨ مستأجر مزارعة بنسبة ١٩١٪، ومستأجر واحد نقد أو مزارعة بنسبة ٠.٧٪ ومالك ومستأجر مزارعة بنسبة ٨٨٪، بينما يذكر التقرير النهائي أن المساحات المؤجرة بالمزارعة في مصر تبلغ ٢٧٤٩٦٦ فداناً تمثل ٤٩٪ من إجمالي المنسزرع ^(٨٤).

وبينما يذكر التقرير أيضاً أن حائزي خمسة أفدنة فأقل - سواء كانوا ملاكاً أو مستأجرين - يمثلون ٩٢٪ من جملة الحائزين، فإن تمثيلهم في العينة بلغ حوالي ٩٨.٤٩٪.

من جهة أخرى لم تمثل أي محافظة من التي تضم أراضي الدرجتين الثالثة والرابعة ذات الإنتاجية المتوسطة والمنخفضة، واللتي تمثلان ٦١٪ من مجموع الأراضي الزراعية ^(٨٥).

وبغض النظر عن المتغيرات العامة التي حددت اختيار العينة، فإن اختيار المراكز من داخل كل محافظة قد تم باستخدام طريقة أنصاف زوايا المثلث ^(٨٦)، كما اختيرت ثلاث قرى بكل محافظة، تخضع كل قرية منها لأحد المراكز المختارة داخل المحافظة بحيث يتحقق التنوع بين هذه القرى فيكون بعضها قريباً من المدينة، وبعضها الأخر بعيداً عنها ^(٨٧).

والواقع أن طريقة أنصاف الزوايا تقضي إلى عينة غير احتمالية، كما تعتمد أساساً على متغير الكثافة السكانية، ومثل هذا المتغير لا يرتبط مباشرة بموضوع الاستطلاع أو متغيراته الأساسية.

كذلك فإن اختيار القرى قد تم بطريقة عمدية - عامل الاقتراب أو الابتعاد الجغرافي من المدينة - وهو اعتبار يرى الباحث أنه غير ذي أهمية لأنه من الصعب افتراض علاقة بين القرب أو البعد من المدينة وآراء المبحوثين في موضوع الاستطلاع، وكان من الأفضل إما الاستناد إلى متغير أو متغيرات أخرى ترتبط بموضوع الاستطلاع في اختيار للمراكز والقرى التسع، وبالتالي تبرر عملية الاختيار العمدية، أو الاعتماد على أسلوب آخر لاختيار عينة احتمالية من المراكز والقرى داخل كل محافظة.

خلاصة القول أن اختيار المحافظات، ثم المراكز، ثم القرى التسع، تم بطريقة لا تستند إلى مبررات قوية أو متغيرات ترتبط بموضوع الاستطلاع، ومن غير المحتمل أن يكون لها تأثير على استجابات المبحوثين، من هنا يمكن القول أن عينة المحافظات والمراكز والقرى لا تخلو من تحيز غير مقصود، ربما فرضته ظروف وإمكانات العمل في الاستطلاع.

ويبدو أن هذه الظروف والإمكانات كانت وراء الاعتماد على عينة حصصية غير احتمالية بواقع ١٥٠ مفردة من كل قرية روعي أن تعكس الوجود الفعلي لعدد الملاك والمستأجرين داخل كل محافظة.

وبوضوح التقرير النهائي صعوبة الحصول على بيانات خاصة بوضع الحائز، وحجم الحيازة في فترة زمنية معقولة وتعدد وتقدم السجلات الخاصة بكل قرية، إضافة إلى عدم وجود أي بيانات تتعلق بشريحة الملاك المستأجرين.

ورغم وجهة هذه المبررات إلا أنه كان يمكن الاعتماد على أحد هذه السجلات، مع اتخاذ بعض الإجراءات المنهجية لتلافي مشكلة تقادم البيانات أو تغييرها، بسبب الوفاة أو البيع أو الميراث، لسحب عينة غير احتمالية. وعلى سبيل المثال كان من الممكن استخدام سجل الحيازة الموجود بالجمعية التعاونية الزراعية في كل قرية لسحب عينة طبقية عشوائية، وعينة بديلة يمكن الاستعانة بها لتغطية أي نقص أو تغيير في بيانات العينة الأصلية.

علي أي حال فقد ضمت العينة الإجمالية ١٤٦٩ مفردة - تم استبعاد ٣١ مفردة أثناء المراجعة المكتنية لعدم صلاحيتها - ٦٠٥ ملك، ٥٤٢ مستأجر، ما بين إيجار نقدي وإيجار مزارعة أو الاثني معا، ٣٢٢ ملك مستأجرين في نفس الوقت، وينتمي ٦٨ر٦٤٪ من العينة إلى المرحلة العمرية ٣٠ - ٦٠، وتصل نسبة الأمية ^(٨٨) بين العينة إلى ٥٢ر٧٦٪، ونسبة من يقرأ ويكتب إلى ٢٨ر٤٥٪ وربما تفسر هذه الخصائص التعليمية عدم سماع ٤٧٪ من العينة شيئا عن موضوع الاستطلاع.

٣- استثمار جمع البيانات:

يوضح التقرير النهائي أن صياغة الاستثمار استهدفت تغطية أربعة بنود أساسية ^(٨٩) الأول مدي معرفة مفردات للعينة بموضوع الاستطلاع ومصادر معلوماتهم، والثاني التعرف على الآراء بخصوص تعديل القانون من عدمه، والثالث تحديد آراء مفردات العينة حول تقدير القيمة الإيجارية، وعدم توريث عقد الإيجار، وتحديد مدة العقد، والأخذ بنظام المزارعة أو المشاركة، والرابع تلمس آراء مفردات العينة حول مدى اتفاق مشروع القانون مع اعتبارات العدالة الاجتماعية والتنمية الاقتصادية.

ويمكن القول أن أسئلة الاستطلاع قد غطت هذه البنود بصورة جيدة ومتوازنة، باستثناء تلمس آراء مفردات العينة حول التنمية الاقتصادية، والذي يعتبر هدفا غير واقعي في مثل هذا الاستطلاع، وبالتالي كان من الأفضل عدم الإشارة إليه أصلا.

وقبل تطبيق الاستمارة أجريت تجربة استطلاعية على ٤٥ حالة في إحدى القرى خارج إطار العينة، وأوضح التقرير للتحليلات التي أدخلت على الاستمارة في ضوء هذه التجربة، الأمر الذي كان له على ما يبدو أثر كبير في الارتقاء بمستوى الاستمارة من حيث الشكل والمضمون، وفي تعظيم قدرتها على تحقيق أهداف الاستطلاع.

ورغم طول أسئلة الاستمارة إلا أنها اتسمت بالوضوح والتوازن في عرض نتائج المشكلة وأسبابها والحلول والمقترحات، سواء التي يقدمها القائلون أو الخبراء، مع ترك مساحة من الحرية للمبحوثين لتقديم مقترحاتهم.

وعلاوة على التسلسل المنطقي والتوازن في عرض جوانب الموضوع، تميزت الأسئلة باليساطة والتركيز والارتباط بالواقع المعاش لأطراف المشكلة، والبعد عن التعقيد.

ومع ذلك وقعت الاستمارة في بعض الأخطاء التي كان من الممكن تداركها أهمها:-

أ- إجراء تجربة الثبات على ٢٣ مفردة بعد حوالي شهر من التطبيق الميداني للاستمارة، وقد انتهت التجربة بنسبة اتفاق كلية مقولة بلغت ٧٩,١٩٪، إلا أنه كان من الأفضل إجراء تجربة الثبات قبل التطبيق الميداني ليتسنى الاستفادة من نتائجها.

ب- إن السؤال الأول يعتبر سؤال تصفية، إذ يهدف إلى معرفة ما إذا كان المبحوث

- سمع أو لم يسمع عن تفكير الحكومة في إصدار قانون جديد ينظم ملكية الأرض الزراعية وإيجارها. ورغم أن ٤٧٪ لم يسمعوا عن الموضوع شيئا إلا أن الباحثين الميدانيين واصلوا تطبيق الاستمارة.
- وللملاحظ أن صياغة السؤال الأول تحمل الاستطلاع صفة رسمية حيث يبدأ بتعبير "الحكومة بتفكر تصدر قانون جديد"، ومثل هذه الصيغة من المحتمل أنها قد أثارت شكوكا ومخاوف لدى بعض المبحوثين.
- ج- كان من الأفضل إضافة بند "لا أعرف" للسؤال الرابع، وبند "أخرى تذكر" للسؤال الخامس المخصص للذين وافقوا على ضرورة أن تصدر الحكومة قانونا جديدا، ولا سيما أن السؤال السادس الذي خصص لمن رفضوا إصدار قانون جديد يتضمن في بنوده "أخرى تذكر".
- د- إن بنود السؤال السادس والثلاثين وبنود إجابته تضمنت تغذيرات ونسبا يصعب علي أغلبية العينة (أغلبية العينة تتكون من أميين وقرمون وكتابون) إدراك أبعادها (انظر نص الاستمارة، ملحق رقم ٣) ورغم هذه الصعوبة، إلا أن بنود الإجابة لم تتضمن بند "لا أعرف"، أو بند "أخرى تذكر".
- ٤- تطبيق الاستمارة:

أجريت للتجربة الاستطلاعية في ديسمبر ١٩٨٦، بينما طبقت الاستمارة بعد تعديلها خلال شهري يناير وفبراير عام ١٩٨٧ على عينة من ١٥٠٠ مفردة، بواقع ١٢٥ مفردة في كل قرية من القرى التسع التي اختيرت لإجراء الدراسة الميدانية.

لما تجربة الثبات فقد أجريت بعد حوالي شهر من التطبيق الميداني. ولعل من أبرز إيجابيات هذا الاستطلاع أنه استعان بمجموعة من الباحثين الميدانيين الأكفاء، للذين لهم خبرة سابقة في العمل الميداني داخل القرية، كما

نظمت لهم عدة لقاءات لشرح وتوضيح أبعاد موضوع الاستطلاع والمفاهيم الأساسية داخل الاستمارة، وكذلك تدريبهم على ملء البيانات والتعامل مع المبحوثين (٩٠).

ومن المحتمل أن الثقة في خبرة الباحثين الميدانيين وكفاءتهم كانت وراء عدم إجراء مراجعة ميدانية، وهي خطوة لا غنى عنها مهما بلغ مستوى خبرة وكفاءة الباحثين الميدانيين، إذ إن عدم القيام بها يؤدي إلى أخطاء، وهو ما حدث بالفعل حيث اضطرت هيئة الاستطلاع إلى استبعاد ٣١ استمارة أثناء المراجعة المكتوبة لعدم صلاحيتها.

وإلى جانب المراجعة الميدانية، يلاحظ للباحث طول الفترة التي استغرقتها التطبيق الميداني، وهو أمر يتناقض مع الخطوات والإجراءات المنهجية المتعارف عليها في قياس الرأي والتي تستدعي السرعة، نظرا لأن الرأي العام أو رأي قطاع من الجمهور قد يتغير خلال عدة ساعات أو أيام أو أسابيع بحسب طبيعة موضوع الاستطلاع وسياقه، من هنا ربما يصح التساؤل حول أسباب طول الفترة الزمنية التي استغرقتها التطبيق الميداني، رغم أن هيئة الاستطلاع ذكرت أن ضيق الوقت كان أحد أسباب اعتمادها على عينة حصصية، وهل طول الفترة الزمنية يرتبط بكون هيئة الاستطلاع لا تمتلك مفهوما محددا للرأي لا يختلف عن الاتجاه الأكثر ثباتا؟ وهل سعت هيئة الاستطلاع حقيقة إلى التعرف على الرأي أم مجرد إجراء دراسة ميدانية.

٥- تحليل البيانات:

استخدمت هيئة البحث أسلوبا إحصائيا بسيطا في تحليل البيانات يعتمد على استخراج جداول تكرارية بسيطة ونسبة مئوية سواء في عرض خصائص العينة أو

استجابة مفردات العينة لكل سؤال من أسئلة الاستمارة.

وقد ساعد هذا الأسلوب البسيط على تقديم عرض واضح لأبعاد الموضوع مدعوم بعدد كبير من الجداول الإحصائية، لكن ربما كان من الأفضل استخدام مقاييس ومؤشرات إحصائية أخرى تبرز علاقات الارتباط بين بعض شرائح العينة واتجاهاتها نحو موضوع الاستطلاع، مثل العلاقة بين أغلبية المستأجرين وموقفهم من مشروع القانون.

٦- عرض النتائج:

اتسم التقرير النهائي بالعمق والشمول حيث قدم في لغة تقريرية رصينة أبعاد موضوع الاستطلاع وأهميته والجوانب التاريخية المرتبطة بقوانين تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر، ثم عرض للإجراءات المنهجية التي اتبعت في اختيار العينة وتصميم الاستمارة، وتجربتها، ثم اختيار وتدريب الباحثين الميدانيين، وتوقيت التطبيق الميداني، ثم تجربة تثبت.

واهتم التقرير بالعرض التفصيلي الواضح وغير المتحيز لخصائص العينة ولنتائج الاستطلاع من خلال ثلاثة محاور. يختص الأول بالنتائج المتعلقة بالقيمة الإيجارية، والثاني بعلاقة المالك بملكته المؤجرة، والثالث بتقييم العينة لمشروع القانون ككل. وتتفق هذه المحاور مع أسئلة وتوجهات الاستمارة وتسلسلها المنطقي. وفي الأخير تضمن التقرير مناقشة ختامية مختصرة، مع ملحق شامل لهنود الاستمارة ولعدد من جداول البحث التفصيلية.



مراجع وهوامش الفصل الثالث

- (١) يعيش ثلثا البشر في دول الجنوب، منهم بليون نسمة في فقر ويصارعون للبقاء على قيد الحياة بأقل من ٣٧٠ دولاراً سنوياً، وعانى اقتصاد أغلب دول الجنوب من تباطؤ النمو في التسعينيات والتبعية للخارج.
- لمزيد من التفاصيل انظر:-
تقرير عن التنمية في العالم، ١٩٩٠: للفقر، مؤشرات التنمية الدولية (البنك الدولي للإنشاء والتصميم، ترجمة مركز الأهرام للترجمة والنشر، الأهرام ١٩٩٠) ص ١٧٠ - ١٧٦.
- (٢) حامد ربيع، نظرية الرأي العام (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، د.) ص ٢٥٣.
- (٣) أمانى قنديل، وسائل الإعلام وظاهرة الرأي العام في الدول النامية، رؤية سياسية لفاعلية العلاقة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، ص ١٢٨-١٦٢.
- (٤) ناهد صالحي، إمكانية قياس الرأي العام في الدول النامية، مرجع سابق، ص ١٠٣ - ١٢٧.
- (٥) حسن حنفي، مقدمة في علم الاستغراب (القاهرة: الدار الفنية، ١٩٩١) ص ٣٩ - ٤٠.
- (٦) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١١٥ - ١١٦.
- (٧) Francis Fukuyama, end of History, National inter, No, 16, summer, 1988, PP.3-18.
- (٨) مارك بلاتر، الديمقراطية الكتاب الأول (القاهرة: مركز دراسات للتنمية السياسية والدولية، الصحفيون المتحدون، ديسمبر ١٩٩١) ص ٢٩ - ٤٠.

- (٩) Martin Albrow, Globalization, knowledge and society (eds) martin Albrow and Elizabeth King, Golobalization, Knowledge and society (London: sage Bublications, 1990) PP. 8 – 12.
- (١٠) أنور عبد الملك، تغيير العالم، سلسلة عالم المعرفة (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٥) ص ٢١٦.
- (١١) قبل ظهور هذه المراكز اعتمدت الحكومات في دول الجنوب على الأجهزة للمرية أو الأمنية في رصد آراء الجفهور بالاعتماد على الملاحظة وكتابة التقارير وجمع آراء للنخبة، ولا تزال بعض الحكومات في عالم الجنوب تعتمد على هذه الطرق.
- (١٢) ناهد صالح، اللارأي في قياسات الرأي العام بالدول النامية المجلة الاجتماعية للقومية، للمجلد ١٧، للعدد الأول، يناير ١٩٨٠ ص ٣ - ٢٩.
- (١٣) عواطف عبد الرحمن، رؤية نقدية لاستطلاعات الرأي العام في العالم الثالث، نموذج تطبيقي للعالم العربي، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٨٥ - ٢٠٥.
- (١٤) Les Bogart, No opinion, don't know and may be no Answer, Public opinion quarterly, Vol. 31, 1967, pP. 331 – 345.
- (١٥) أماني فتنديل، وسائل الإعلام وظاهرة الرأي العام في الدول النامية، رؤية سياسية لفاعلية العلاقة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٢٨ - ١٦٢.
- (١٦) لمزيد من التفاصيل انظر:-
- ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق.
- حامد ربيع، مرجع سابق.
- (١٧) Les Bogart, No opinion, Don't know and May Be No Answer, op, cit, PP. 331 – 345.
كمال للمنوفي، الرأي العام في الدول النامية بينته ومشاكل قياسه، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق ص ١٨٠.

- (١٨) صلاح قنصوه، في الاتجاهات العامة للنقطة في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٣٢٦.
- (١٩) السيد ياسين، في الاتجاهات العامة للمناقشة، المرجع السابق ص ٣٢٩ - ٣٣٠.
- (٢٠) ناهد صالح، في الاتجاهات العامة للمناقشة، المرجع السابق، ص ٣٣٠.
- (٢١) Stansfeld Turner, intelligence for a new world order, foreign affairs, vol. 70, No. 4, fall 1991, pp. 27 - 43.
- (٢٢) يحيى أبو بكر، حاضر قياس الرأي العام، ومستقبله في مصر في ندوة قياس الرأي العام، مرجع سابق، ص ٦٠ - ٧٩.
- (٢٣) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤) ص ٣٥٦.
- (٢٤) George Callup, Do polls Tell The Story, op, cit, P. 31.
- (٢٥) الأهالي ٥/٥ / ١٩٨٧.
- (٢٦) مجموعة باحثين، التقرير الاستراتيجي العربي لعام ١٩٨٧، (القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ١٩٨٨) ص ٣٢٠ - ٣٢٦.
- (٢٧) سوسن مشرفة، الاتجاهات العامة للمناقشة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٣١٩ - ٣٢٠.
- (٢٨) يحيى أبو بكر، مرجع سابق، ص ٦٠ - ٧٩.

- (٢٩) علاوة على تقارير إدارة الرأي بمصلحة الاستعلامات، اعتمدت مؤسسة الرئاسة والحكومات المتعاقبة على تقارير بعض الأجهزة الأمنية عن الرأي العام، كما أن بعض المستويات التنظيمية في الاتحاد الاشتراكي العربي (للتنظيم السيلسي في الستينيات) ومنظمة الشباب كانت تكلف بكتابة تقارير مماثلة عن آراء الجمهور واتجاهات للرأي العام، ولا تتوافر معلومات كافية عن هذه الأنشطة، لكن يمكن القول بأن الطابع الأمني أو السياسي كان يظلب على هذه التقارير، كما أنها لم تستخدم أساليب علمية في التعرف على الرأي العام.
- (٣٠) وحدة بحث الرأي العام والإعلام، بحث التلفزيون العربي، الجزء الأول (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٦٤) ص ١٤.
- (٣١) المرجع السابق، ص ١٥.
- (٣٢) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في اثني عشر عاما. ١٩٦٧ - ١٩٦٩ (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٠) ص ٧٥.
- (٣٣) ناهد صالح، تصميم عينة دائمة لبحوث الرأي العام، المجلة الاجتماعية للقومية، المجلد ١٥، العدد الثاني - الثالث، ١٩٧٨، ص ٣ - ٢٦.
- (٣٤) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، الكتاب المنوي ٩١ / ١٩٩٢، ص ٢٦١ - ٢٦٤.
- (٣٥) ناهد رمزي، مرجع سابق، ص ١٤٥.
- (٣٦) تكاد تطبق هذه الصفات علي عمل بعض الهيئات والمؤسسات الحكومية العاملة في مجال تنظيم الأسرة والسكان والتعليم والتي تهتم أحيانا باستطلاع آراء الجمهور حول بعض القضايا التي تدخل في مجال عملها.
- (٣٨) يحيى أبو بكر، مرجع سابق، ص ٦٠ - ٧٨.

- (٣٩) اتحاد الإذاعة والتليفزيون، الكتاب السنوي ١٩٩٢/٩١، ص ٢٦١، ٢٦٣.
- (٤٠) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، جهاز قياس الرأي العام في ثلاث سنوات (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٩).
- (٤١) لمزيد من التفصيل انظر:-
علي الدين هلال، مصطفى كامل السيد، أكرم بدر الدين، تجربة الديمقراطية في مصر ١٩٧٠ - ١٩٧١ (القاهرة: المركز العربي للبحث والنشر، ١٩٨٢).
- (٤٢) كلمة رئيس المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في افتتاح ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٥ - ١٠.
- (٤٣) ناهد رمزي، محاولة علمية لدراسة الرأي العام في مصر، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٤ - ٥٩.
- (٤٤) صفوت فرج، الاتجاهات العامة للمناقشة، في ندوة قياس الرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ٣١٧.
- (٤٥) ناهد رمزي، المرجع السابق.
- (٤٦) لمزيد من التفاصيل حول الوضع القانوني للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية منذ صدور القانون رقم ٦٣٢ لسنة ١٩٥٥ بإنشاء المعهد القومي للبحوث الجنائية، ثم قرار رئيس الجمهورية بالقانون رقم ٢٢١ لسنة ١٩٥٩ بإعادة تنظيم المعهد القومي للبحوث الجنائية وإنشاء للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ثم قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٠٢ لسنة ١٩٦٩ باعتباره هيئة عامة.
- انظر: للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في اثني عشر عاما ١٩٥٧ - ١٩٦٩، مرجع سابق، ص ٩٦ - ٩٧.

(٤٧) من بين هذه الشركات نشير على سبيل المثال: للمركز المصري لقياس الرأي العام EPOC الذي أسسه ويديره الدكتور فرج الكامل، ومكتب الوفائي وشركاه، (مستشارون في البحوث والإعلان والنشر) الذي يديره الدكتور محمد الوفائي، ودار القمم للإعلام والتي يديرها الأستاذ مرسى سعد الدين.

(٤٨) يحيى أبو بكر، مرجع سابق، ص ٦٠ - ٧٨.

(٤٩) إضافة إلى هذه الاستطلاعات قام الجهاز باستطلاعين تكتريبيين الأول عن اتجاهات الأفراد نحو الإيجاب في يناير ١٩٧٧، والثاني عن الاتجاه نحو العمل في البلاد العربية في مارس ١٩٧٧. كما قام بترجمة وتطبيق استمارة استطلاع رأي القيادة وصناع القرار والخبراء حول النظام الاقتصادي الدولي الجديد، وذلك ضمن مشروع نظمته هيئات دولية مختلفة، وطبق في ٢٠ دولة كان من بينها مصر.

لمزيد من التفاصيل انظر:-

- ناهد رمزي، محاولة عملية لدراسة للرأي العام في مصر، في ندوة قياس للرأي العام في مصر، مرجع سابق، ص ١٤ - ٥٩.

- ناهد رمزي، للرأي العام وسيكولوجية للسياسة، مرجع سابق، ص ٢٢٣ - ٢٢٤.

(٥٠) لم تنشر خلال عامي ١٩٨٩، ١٩٩٠ استطلاعات أخرى.

(٥١) مقابلة مع ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس للرأي العام في ١٩٩٣/٢/٢٧.

- (٥٢) قام بكتابة التقرير ناهد رمزي، د. محمد سلامة آدم، د. شاكِر عبد الحميد سليمان، د. عادل عبد الرازق تحت إشراف أ. د. أحمد خليفة.
- ونشرت نتائج هذا الاستطلاع في شكل خبر على عمود نشر في الصفحة الأولى بالأهرام في ٢٨ / ١٢ / ١٩٧٧، بينما وزع التقرير النهائي في صورته النهائية على نطاق محدود.
- (٥٣) لمزيد من التفاصيل انظر:-
- علي الدين هلال، مصطفى كامل السيد، أكرم بدر الدين، مرجع سابق.
- (٥٤) مقابلة مع ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا في ١٩٩٣/٢/٢٧.
- (٥٥) صفوت فرج، الرأي العام في الدول النامية، عرض نقدي للنموذج المصري، لويس كامل مليكة، قراءات في علم النفس الاجتماعي في الوطن العربي، المجلد الرابع (القاهرة: للهيئة العامة فلكتاب، ١٩٨٥) ص ٣٧٣ - ٣٩٨.
- (٥٦) جهاز قياس الرأي العام، اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات إلى للنفس (للقاهرة: للمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٧) ص ٨.
- (٥٧) يذكر التقرير النهائي للاستطلاع أن العينة موزعة على المناطق الجغرافية المختلفة لمدينة القاهرة، ثم يذكر في موضع آخر أن الاستطلاع أجري على محافظتي القاهرة والجيزة، لكن ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام سابقا، أكدت أن العينة كانت موزعة على أحياء بمدينة القاهرة تنبّع إداريا لمحافظتي القاهرة والجيزة ولم يشمل ريف محافظة الجيزة.

- (٥٨) اتجاهات للرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس مرجع سابق، ص ٦.
(٥٩) ناهد صالح، تصميم عينة دائمة لبحوث للرأي العام، مرجع سابق، ص ٣ - ٢٦.
- (٦٠) اتجاهات للرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، مرجع سابق، ص ٩ - ١٠.
- (٦١) انظر نص استمارة استطلاع اتجاهات للرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس، ملحق رقم (١).
- (٦٢) قسم بحوث وقياسات للرأي العام، استطلاع للرأي، نخبة من المثقفين المتخصصين في استطلاعات للرأي العام السياسية التي أجريت في مصر، الاستطلاع الأول، اتجاهات للرأي العام نحو زيارة السادات إلى القدس، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مارس ١٩٩٣.
- (٦٣) اتجاهات للرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، مرجع سابق، ص ٨.
- (٦٤) مقابلة مع ناهد رمزي مصدر سابق.
- (٦٥) اتجاهات للرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، مرجع سابق، ص ٢٦.
- (٦٦) طبع التقرير ووزع على نطاق محدود، وقد تمكن الباحث بحكم عمله في المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية من الحصول عليه.
- (٦٧) الأهرام في ١٩٧٧/١٢/٢٨.
- (٦٨) اشترك في هذا الاستطلاع د. ناهد رمزي، زينب شاهين، أماني قنديل، شاكِر عبد الحميد سليمان، سمحة نصر، مني علي يوسف، عمر بن الخطاب خليل، تحت إشراف أ. د. أحمد خليفة، وكانت الاستشارة الفنية للدكتور إبراهيم العيسوي والمعالجات الإحصائية لعادل عبد الرازق سلطان، وأجري الاستطلاع تحت إشراف أ. د. أحمد خليفة.

- (٦٩) جهاز قياس الرأي للعلم، استطلاع للرأي للعلم حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه (لقاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، يوليو ١٩٨٢) ص ٢٢ - ٢٣.
- (٧٠) للمرجع السابق، ص ٦.
- (٧١) Martin Roiser, commonsense, science and public opinion, Journal for the theory of social behaviour, vol , 17, No, 4 December, 1987, PP, 411 - 432.
- (٧٢) جهاز قياس الرأي للعلم، استطلاع للرأي للعلم حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه، مرجع سابق، ص ٢٩.
- (٧٣) المرجع السابق، ص ٢٤ - ٢٥.
- (٧٤) انظر نص استمارة استطلاع للرأي للعلم حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه، ملحق رقم (٢).
- (٧٥) المرجع السابق، ص ٢٥ - ٢٦.
- (٧٦) مقابلة مع ناهد رمزي نائب رئيس جهاز قياس الرأي العام في ١٩٩٣/٢/٢٧.
- (٧٧) جهاز قياس الرأي للعلم، استطلاع للرأي للعلم حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه، مرجع سابق، ص ٦٤.
- (٧٨) انظر نص استمارة الاستطلاع للرأي حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه ملحق رقم (٤).
- (٧٩) أماني قنديل، استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر في الأراضي الزراعية (مشروع قانون ١٩٨٦) (لقاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية، ١٩٩١) ص ١.
- (٨٠) للمرجع السابق، ص ٢.

- (٨١) يذكر التقرير النهائي أن هيئة البحث قامت بمراجعة البحوث السابقة حول الموضوع، ومتابعة الصحافة المصرية، حيث تم حصر معظم ما نشر في الصحف القومية والمعارضة والمجلات الأسبوعية حول المسألة للزراعة، وتنظيم العلاقة بين الملاك والمستأجرين.
- ولم يذكر التقرير شيئاً عن تناول الإذاعة والتلفزيون للموضوع. المرجع السابق، ص ١٩.
- (٨٢) المرجع السابق، ص ١٦.
- (٨٣)
- (٨٤) المرجع السابق، ص ١٤.
- (٨٥) المرجع السابق، ص ١٥، ص ١٧.
- (٨٦) لا يوضح التقرير النهائي هذه الطريقة، إلا أن ملخص التقرير المنشور في المجلة الاجتماعية عدد مايو ١٩٨٧، يتكرر أن هذه الطريقة تعتمد على استخدام خريطة المحافظة في رسم مثلث، وتشمل أضلاعه الثلاثة أكبر عدد من المراكز، ثم اختيار المراكز الثلاثة التي تقع في أنصاف زواياها الثلاث وذلك لضمان الشمول.*
- أماني كنديل، استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين الملاك والمستأجر في الأراضي الزراعية، المجلة الاجتماعية القومية المجلد الرابع والعشرين، العدد الثاني، مايو ١٩٨٧، ص ص ٤٣ - ٧٧.
- (٨٧) المرجع السابق، ص ١٥، ص ١٧.
- (٨٨) أماني كنديل مرجع سابق ص ٢٥ - ٢٩.
- (٨٩) لنظر نص استمارة استطلاع للرأي عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين الملاك والمستأجر في الأراضي الزراعية ملحق رقم (٣).
- (٩٠) المرجع السابق، ص ٢٢.

الخاتمة

خلصت الدراسة إلى أن الأطر النظرية الخاصة بتحديد مفهوم الرأي العام وعملية تكوينه ومكوناته وتأثيره محدودة للغاية، كما لم تشهد تطورات كبيرة أو تحولات مهمة منذ بداية الدراسات النظرية عن الرأي العام في أواخر القرن الماضي وأوائل القرن الحالي، وربما يرجع ذلك إلى الطبيعة المركبة والمعقدة للرأي العام وجوانبه المختلفة، وكونه موضوعاً لاهتمام باحثين من كافة التخصصات في العلوم الاجتماعية، تعامل كل فريق منهم مع الرأي العام من زاوية تخصصه الضيق، ومن ثم عجزوا عن توحيد جهودهم واستخدام مدخل تكامل في دراسة الرأي العام.

ورغم محدودية المفاهيم والأطر النظرية تطوّر الاهتمام باستطلاعات الرأي العام، وشعر المشتغلون في هذا المجال بالرضا عن نتائج أعمالهم سواء في قياس آراء الناخبين أو المستهلكين، وأصبح قياس الرأي العام أو آراء الجمهور مهنة وصناعة رابحة، وفي هذا السياق استمر تراجع الاهتمام بالدراسات النظرية، وغلب الطابع الأمريكي على الأدبيات المتوافرة حول الرأي العام وعملياته المختلفة، الأمر بتيسير تساؤلات إمكانية تعميمها ووضع قيوداً على استخدامها في مجتمعات تنتمي لعالم الجنوب، ومن بينها المجتمعات العربية.

ومن تحليل أدبيات الرأي العام تبين أنها تستمد المفاهيم الأساسية والأطر النظرية من أربعة نماذج إرشادية Paradigm تسود في العلوم الاجتماعية، وهي النموذج المعرفي، والنموذج الوظيفي، ونموذج التفاعلية

الرمزية، ونموذج للتغيير الإنسان (النقدي الجديد) وقد أثرت هذه النماذج الأساسية في محاولات تعريف الرأي العام وعملية تكوينه وتأثيره وأساليب وطرق قياسه، لكن يلاحظ أن:

١- أن أغلب أدبيات الرأي العام وطرق قياسه قد اعتمدت على نموذج إرشادي واحد، دون أن تشير إلى بقية النماذج الأخرى أو تهتم بمناقشتها، وقد انحصر اهتمام معظم بحوث ودراسات الرأي العام بنموذجين إرشاديين فقط هما: النموذج المعرفي، والنموذج الوظيفي اللذان يهدفان إلى دراسة عمليات الرأي العام وتأثيره في المجتمع وأساليب قياسه في إطار الأوضاع المجتمعية المحلية والدولية القائمة، والعمل على الحفاظ عليها.

٢- أن بعض المفاهيم والأطر النظرية التي ظهرت في مجال الرأي العام قد تأثرت بأكثر من نموذج إرشادي، ومع ذلك فإن بعض الباحثين ومعظم الباحثين العرب لا يدركون هذه الحقيقة، رغم استخدامهم لمسلمات وفرضيات من هذه النماذج، بل يستخدمون كل هذه المسلمات والفرضيات بطريقة عشوائية وبدون تنظيم فيما بينهما، الأمر الذي يقود إلى مزيد من الخلط والاضطراب في مجال بحوث الرأي العام وعملياته المختلفة.

٣- ضعف اهتمام دراسات وبحوث الرأي العام بنموذجي التفاعلية الرمزية والنموذج النقدي، حيث تقل بدرجة محدودة استخدامات مسلمات ومفاهيم النموذجين.

٤- إن الاختلاف بين الباحثين والمهتمين بقياسات الرأي العام يرجع إلى اختلاف وتباين النماذج الإرشادية التي يعود إليها كل منهم، بعبارة

الخاصة

أخري يعكس اختلاف وتباين النماذج الإرشادية علي الموقف من إمكانية قياس الرأي العام وجدوي هذه العملية، وهل القياس هو قياس الرأي العام أم أن الرأي العام شيء وقياسه شيء آخر، بمعنى هل استطلاعات الرأي تقيس الرأي العام أو لا تقيسه علي الإطلاق أو تقوم بتزييفه.

٥- نمو بعض محاولات التقريب بين النماذج الإرشادية الأربعة في مجال دراسة الرأي العام وبخاصة عملية تكوين الرأي العام. فقد ترايد الميل نحو الدمج والتآلف بينها، لكن الملاحظ أن محاولات الدمج والتقريب بين النماذج الإرشادية الأربعة لا تيسر علي وتيرة واحدة، إذ ظل نموذج التغيير الإنسان متميزا ومستقلا بذاته، ومركزاً علي دوره النقدي، بينما كانت عمليات الدمج والتآلف ناجحة إلى حد كبير بين النماذج الثلاثة الأخرى.

وإذا انتقلنا إلى الكتابات النظرية العربية في مجال الرأي نجد أنها محدودة للغاية، ويعاني معظمها من التبعية للأدبيات الغربية، وخاصة التبعية للنموذجين المعرفي والوظيفي، مع إهمال بقية النماذج الإرشادية، ويمكن القول أن أغلب الكتابات النظرية العربية تتدرج في إطار الترجمات، ويبدو ذلك طبيعياً في ضوء عدم تولف قياسات للرأي العام، بل وجود ضوابط وقيود قانونية وسياسية وأمنية علي إمكانية ظهور رأي عام حر وواع في معظم الأقطار العربية.

ولاشك أن غياب الديمقراطية وضعف قيم ومؤسسات المجتمع المدني في الوطن العربي وهيمنة الدولة علي وسائل الإعلام، علاوة علي انتشار الأمية بأنواعها سيعرقل ظهور رأي عام حر علي المستوي القطري

الخاتمة

أو القومي، وبالتالي من الصعب تصور ازدهار الجهود النظرية أو العملية في مجال دراسة وقياس الرأي العام في الوطن العربي.

وتبني الدراسة مفهوما للرأي العام بوصفه وعي أغلبية الجمهور في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر تكون موضع خلاف ونقاش عام وصراع لأنها تمس المصالح المادية أو الثقافية لأغلبية الجمهور. ورغم جوانب القوة التي يتضمنها هذا المفهوم إلا أنه ينطوي على صعوبة تحديد ما المقصود بالوعي وما هي شروط تحقيقه، وخاصة أن تشكل حالة وعي عام بين أغلبية المواطنين هو أمر نادر، ولا يعني هذا عدم ظهور رأي عام حر، لكنه يعني فقط أنه من الصعب أو النادر ظهور رأي عام حر تجسده أغلبية واعية، ومثل هذا للرأي العام الحر قد يعبر عن نفسه أو تقمعه الحكومات والقوى الاجتماعية المسيطرة، بعبارة أخرى إن الرأي العام كظاهرة اجتماعية يرتبط وجودا أو عدما بمقومات وشروط وعي أغلبية المواطنين بغض النظر عما إذا أُتيحت له فرص التعبير عن وجوده والتأثير في المجتمع.

وبالنسبة لاستطلاعات الرأي العام فقد خلصت الدراسة إلى أن الطابع الأمريكي المؤثر والمسيطر على بحوث الرأي العام يتجلى في أوضح وأقوى مظاهره في مجال استطلاعات الرأي العام، حيث ارتبطت نشأة وتطور الأطر النظرية والإجراءات والأدوات المنهجية بأوضاع واحتياجات المجتمع الأمريكي ونظامه السياسي والاقتصادي، وقامت الشركات الأمريكية التي تعمل في مجال الاستطلاعات بنشر وتكوير أساليب وإجراءات قياس الرأي العام، دون مراعاة للفروق الثقافية بين

الخاتمة

المجتمعات، ودون تحديد أو تمييز بين الاستطلاعات السياسية ومسوح التسويق والإعلان والعلاقات العامة.

وقد دار جدل ونقاش مازال مستمرا حول جدوى الاستطلاعات - و- لأميما السياسية - وقد كشفت الدراسة أن هذا الجدل لا يدور بين مؤيدين ومعارضين لإجراء الاستطلاعات، وخاصة السياسية، بل يدور بين أربعة مواقف.

الأول: يقوم علي رفض فكرة استطلاع الرأي شكلا وموضوعا وتحت أي ظروف، بينما يوافق أصحاب الموقف الثاني: علي الاستطلاعات لكن بشروط، وبعد توفير عدد من الضمانات حتي لا يساء استغلال الاستطلاعات. وقد تأثرت هذه المواقف ببعض مسلمات ومقولات النماذج الإرشادية في مجال دراسة الرأي العام.

أما الموقف الثالث: فيشمل المتحمسين للاستطلاعات وأغلبهم من المشتغلين بمهنة قياس الرأي، وأخيرا يأتي الموقف الرابع: والذي وصفه الباحث بالموقف العملي أو البرجماتي لأنه يرى أن الاستطلاعات بكل إيجابياتها وسلبياتها أصبحت حقيقة، وصناعة، وأداة لمعرفة الآراء لا يمكن التفريط فيها.

ويستخدم أصحاب المواقف الأربعة حججا وبراهين متباينة، كما يتفقون - بدرجات مختلفة - علي ضرورة تطوير أساليب القياس والالتزم بالمواثيق والقواعد المهنية للحيلولة دون إساءة استخدام استطلاعات الرأي، لكننا نعتقد أن إشكاليات استطلاعات الرأي للعام لا تقتصر علي سوء الاستخدام، بل تتصل بقصور عملية القياس ذاتها والأدوات والإجراءات المستخدمة - وخاصة استمارة المقابلة - والمشكلات التي تواجه القياس

الخاتمة

في العلوم الاجتماعية. وأكدت الدراسة أن إجراءات وأساليب استطلاع الرأي الخاصة بإختيار موضوع وتوقيت إجراء الاستطلاع، وتحديد حجم العينة، ونوع الأسئلة وترتيبها، وخطة العمل الميداني، وكفاءة الباحثين الميدانيين، وأساليب التحليل الإحصائي، وطريقة تصنيف وتحليل البيانات، وعرض النتائج. كل هذه الإجراءات والأساليب عرضه للتحيز المقصود أو غير المقصود، ولا سيما لأنها تخضع وتتأثر باعتبارات سياسية، إضافة إلى عنصرَي الوقت والتمويل، كما أن القواعد والمواثيق المهنية لا تحترم، وقد صيغ بعضها بطريقة تسمح بتدخل الجهة الممولة وربما هيمنتها.

إن إشكاليات للقياس ومخاطر التحيز في الخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة في استطلاعات الرأي، تساعد علي القول بضرورة إعادة النظر في النموذج المثالي لقياس الرأي العام الذي يتبنساه ويروج له الاتجاه المتحمس لاستطلاعات الرأي العام، والذي ينطلق من مسلمة إمكانية القياس الدقيق والموضوعي للرأي العام، وأن الرأي العام كما نقيسه استطلاعات الرأي العام هو نبض الديمقراطية وفق مقولة جالوب الشهيرة.

ويتحفظ الباحث علي صحة مقولة جالوب، ويدعو إلى مراجعة النموذج المثالي لقياس الرأي العام وموضوعية الاستطلاع وذلك بهدف التأكيد علي أمرين:-

الأول : نسبية نتائج استطلاعات الرأي العام، بمعنى الحد من الثقة في دقة وموضوعية أدوات وإجراءات القياس ونتائجها، والنظر إليها كمؤشرات عامة لا تخلو من قصور معرفي، وتحيزات غير مقصودة أو مقصودة بهدف خدمة قوى اجتماعية أو حكومات مسيطرة علي المجتمع الذي يجري فيه الاستطلاع.

الخاتمة

الثاني: أن أدول وإجراءات قياس الرأي علي ما يعترها من نقص ويشوب استعمالها من تحيز لا تقيس دائما الرأي العام، بل تقيس في أغلب الحالات نتائج عمليات توجيه وتزييف الوعي التسي تضطلع بها علي نحو منظم ومؤسس للحكومات والشركات المتعددة الجنسية والقوي الاجتماعية والاقتصادية المسيطرة.

إن ما يعرف بخصوصية عملية تكوين الرأي العام وقياسه في دول الجنوب عامة ومصر خاصة، ترجع إلى اختلاف الظروف التاريخية والأوضاع المجتمعية والسياسية في دول الجنوب مقارنة بالدول الصناعية المتقدمة. ورغم اتفاق الباحثين علي هذه الاختلافات فإن هناك نظرة سلبية للرأي العام في دول الجنوب تنفي وجوده أو تشكك في إمكانية قياسه، ويرى الباحث أن أزمة تلك النظرة تتلخص في الاعتماد علي الأطر النظرية والخبرات العملية السائدة في الغرب للحكم علي الرأي العام في دول الجنوب، أي أن هذه الأطر النظرية والخبرات العملية تصبح هي النموذج الذي يجب أن يحتذى دون مراعاة لاختلاف الظروف التاريخية والأوضاع المجتمعية في دول الجنوب أولا، وأزمة تلك الأطر والممارسات العملية في المجتمعات الغربية ثانيا.

بعبارة أوضح لا يمكن التسليم بفرضية توافر الحرية المطلقة في تشكيل الرأي العام حتي في الدول الرأسمالية المتقدمة، وبالتالي من غير المنطقي تقييم استطلاعات للرأي العام في دول الجنوب - حيث تبتعد أغلب نظمها السياسية عن النموذج الليبرالي الغربي بدرجات مختلفة - وفق أسس ومعايير النموذج الليبرالي ففي صورته المثالية النقية التي

الخاتمة

لا يعمل بها حتي في المجتمعات الغربية المعاصرة، علاوة علي الاختلافات التاريخية والثقافية بين دول الشمال والجنوب.

من جانب آخر فلن النموذج الليبرالي قد ارتبط من الناحية التاريخية بالتطور الرأسمالي، كما أن انتشار وتطور استطلاعات الرأي قد ارتبطت ببحوث السوق، وهي موضوعات لم تكن موضع انتباه الذين شاركوا في الجدل والنقاش الذي دار في مصر حول إمكانية إجراء قياسات للرأي العام.

لقد اتضح أن الاستطلاعات لا تقيس بالضرورة الرأي العام الحقيقي، وأن التعددية السياسية في المجتمعات الغربية لا تحول دون وجود قوى اجتماعية وسياسية مهيمنة علي الاقتصاد والسياسة والإعلام، تصوغ الرأي العام وفق مصالحها، وبالتالي تقيس استطلاعات الرأي عمليات تزيف الوعي، بيد أن الأوضاع السياسية في المجتمعات الغربية تسمح في بعض الحالات بظهور رأي عام متحرر من سيطرة هذه القوى، بينما من النادر أن يظهر الرأي العام الحر في مجتمعات الجنوب.

ولا يعني ذلك المساواة بين عمليات تقييد وتزيف الرأي العام في دول الجنوب ودول الشمال، كما لا يعني أنها مجرد اختلافات في الدرجة لا النوع، بل علي العكس يعتقد الباحث في عمق هذه الاختلافات ويقترح العمل لأنجاز ثلاثة أهداف هي:-

أ- تبني وتطوير منظور يعتمد علي النسبية الثقافية وبالتالي الحق في التعدد والاختلاف عن النموذج الليبرالي الغربي للرأي العام. ويفترض هذا المنظور أيضا عدم التسليم بموضوعية ودقة استطلاعات الرأي العام،

الخاتمة

فثمة حدود وخصوصيات لدراسة الظواهر الإنشائية وقياسها سواء في دول الشمال أو للجنوب.

ب- تطوير فهم أدق وأشمل لطبيعة الرأي العام في دول الجنوب، وعوامل تكوينه، ومشاكل قياسه، والاختلافات بينه وبين الرأي العام في دول الشمال علي أسس من التعدد الثقافي الذي يسمح بوجود أكثر من نموذج لدراسة وقياس الرأي العام، أي رفض فكرة تعميم أو فرض النموذج الليبرالي الغربي دراسة وقياس الرأي العام، والذي يعكس الأوضاع التاريخية والاجتماعية للدول للرأسمالية الغربية. ويتطلب ذلك الاجتهاد من أجل صياغة أطر ومداخل نظرية تراعي الخصوصية الثقافية لدول الجنوب.

ج- توفير قاعدة وافية من المعلومات والبيانات عن الرأي العام في دول الجنوب تعتمد علي نتائج استطلاعات للرأي العام ومسوح اجتماعية تجري في ظروف بيئية مواتية، وإزاء أحداث مختلفة، وعبر فترات زمنية متصلة، مما يتيح اختبار صحة الفرضيات والأطر النظرية المقترحة، كما يسمح بالمقارنة مع النموذج الليبرالي الغربي الذي شيد علي قاعدة من المعلومات ونتائج استطلاعات ومسوح اجتماعية منذ ثلاثينيات هذا القرن.

في ضوء إشكاليات قياس الرأي العام، والأوضاع العامة في دول الجنوب، والتطور السياسي والاقتصادي للمجتمع المصري منذ السبعينيات ظهرت عدة مراكز وجهات تعمل أو تدعي قياس الرأي العام أهمها وأكثرها التزاما بالقواعد العملية جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية.

الخاتمة

وبغض النظر عما حققته تلك المراكز والهيئات، فإن استطلاعات الرأي العام في مصر لم تتجاوز مرحلة البداية والتأسيس - رغم توافر الكفاءات والخبرات البشرية - كما أنها تولجه بثلاثة إشكاليات رئيسية مترابطة الأولى مدي التطور الديمقراطي في مصر وكفالة حقوق الإنسان وحرياته، حتى يمكن القول بإمكانية ظهور رأي عام حر وواع. أما الإشكالية الثانية فهي مدي استقلال مراكز وهيئات استطلاع الرأي عن الحكومة والمصالح الخاصة، وترتبط الإشكالية الثالثة بزيادة وتطور التسويق والإعلان، والاحتمالات القوية لزيادتها في السنوات القادمة نتيجة التحولات الاقتصادية باتجاه الاقتصاد الحر والخصخصة، وارتباط بعضها بالشركات المتعددة الجنسية.

من هنا تبدو الحاجة إلى وضع ضوابط وقواعد قانونية ومهنية لتنظيم إجراء قياسات الرأي العام في مصر، شرط ألا تحد من حرية الباحثين في اختيار الموضوعات وإجراء قياسات للرأي العام أو لآراء جماهير نوعية.

إن معظم الاستطلاعات التي قام بها جهاز قياس الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية حتى عام ١٩٩٠ تناولت موضوعات لم تشغل الجمهور أو تثير جدلاً ونقاشاً عاماً، بل شغلت اهتمام شرائح أو فئات معينة، وبالتالي كانت تقيس في الغالب آراء أو اتجاهات، وكان بعضها أقرب إلى الدراسات المسحية أو الوضعية، بجانب أنها لم تعتمد على عينات قومية، كما لم تلتزم بكل الإجراءات والخطوات المنهجية المعمول بها في استطلاعات الرأي العام الغربية، والتي قام جهاز قياس الرأي العام علي أساس الأنترنل بها.

الخاصة

وثمة نقاط قوة ونقاط ضعف وتحيزات مقصودة وغير مقصودة، ظهرت من خلال تحليل ثلاثة استطلاعات قام بها الجهاز المذكور، وهي اتجاهات الرأي العام نحو زيارة السادات للقدس، واستطلاع للرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه، واستطلاع الرأي حول مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر.

فلم يتبع الاستطلاع الأول الإجراءات والخطوات المنهجية الخاصة باختيار الموضوع وتوقيته، ولم يراع الشروط الموضوعية في تمثيل العينة وصياغة الأسئلة، ويمكن القول أنه اجتهد في قياس مدى قدرة السلطة السياسية ووسائل الإعلام التابعة لها في ترديد الرأي العام المصري تجاه زيارة السادات للقدس، بل وصارت نتائج هذا الاستطلاع جزءاً من حملة كسب التأييد والترويج لهذه الزيارة، وخاصة أن النتيجة جاءت تأييد ١٠٠٪ من أفراد العينة للزيارة، وهي نتيجة غير مسبقة في تاريخ استطلاعات الرأي.

أما استطلاع الرأي العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقه فقد وقع في خطأ أساسي هو اختيار عينة من الجمهور العام لسؤالها عن موضوع لم تسمع به أو تهتم به رغم أنه يفترض من الناحية النظرية ارتباطه بمصالح أغلبية المجتمع. فقد ذكر ٥٩٦٪ من العينة أنهم لم يسمعوا بموضوع الدعم، ومع ذلك لم يجر استبعادهم، حيث قدمت لهم استمارة الاستطلاع تعريفاً مختصراً لموضوع الدعم، وجرى استكمال تطبيق الاستمارة معهم كما ركزت الاستمارة على الطول المقترحة، وأهملت الأسباب والنتائج.

وقد ولجّه أيضا الاستطلاع الثالث عن مشروع قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر مشكلة عدم معرفة نسبة كبيرة من العينة بموضوع الاستطلاع، حيث ذكر ٤٧٪ من العينة أنهم لم يسمّوا عن موضوع الاستطلاع، وتكشف هذه المشكلة عن إهمال وسائل الإعلام - وخاصة الإذاعة والتلفزيون - لموضوعات تمس مصالح أغلبية المواطنين أو قطاعات عريضة في المجتمع من ناحية، وعدم إدراك الباحثين في جهاز قياس الرأي العام لهذه الحقيقة من ناحية ثانية وبالتالي اختصارهم لموضوعات مهمة ومطروحة للنقاش في دوائر المختصين وبين النخبة أو في الصحافة، غير أن حاجز الأمية ومحدودية الوعي يعوق دون وصولها لأغلبية المواطنين رغم أنها تمس مصالحهم الأساسية.

الملاحق

١- ياترى انت موافق على زيارة السادات للقدس ؟

- موافق جدا (١) موافق (٢)
غير موافق (٣) غير موافق على الاطلاق (٤)
لا رأى له (٥)

في حالة الموافقة بدرجاتها يسأل

٢- وموافق ليه ؟

- لتحسين الاحوال الاقتصادية لمصر (١)
 - لإنهاء حالة الحرب (٢)
 - للإستغناء عن دعم الدول العربية (٣)
 - لأن المفاوضات المباشرة هي السبيل الوحيد لحل المشكلة (٤)
 - لأن وجود إسرائيل أصبح حقيقة واقعة (٥)
 - لأنك متفق مع السادات في كل آرائه (٦)
- ٣- ودلوقت بعد الزيارة ما انتهت تفكر أن إسرائيل عندها رغبة حقيقية في السلام ؟
- نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)
- ٤- فيه بعض جهات عربية هاجمت زيارة السادات للقدس ، تفكر ليه ؟
- لمعارضتكم لفكرة المفاوضات المباشرة مع إسرائيل (١)
 - لعدم علمهم بالزيارة مسبقا (٢)
 - لتصورهم أن مصر تسعى إلى حل منفرد (٣)
 - لأن الزيارة تتضمن اعترافا بالوجود الاسرائيلي (٤)
 - لميل العرب الى الحل العسكري (٥)
 - لعدم رغبتهم في تغير موقفهم من إسرائيل (٦)
 - لإعتقادهم أن الزيارة لن يكون لها تأثير في حل القضية (٧)
- ٥- تفكر أن رحلة السادات للقدس ساعدت على تغير الرأي العام العالمي لمصلحة الجانب العربي ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٦- تفكر أن الزيارة دى ستكون لها دور فى تحقيق السلام ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٧- وفى رأيك ممكن أن العرب واليهود يعيشوا مع بعض فى القدس ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

٨- تفكر مؤتمر القاهرة للى بيعقد دلوقت سينجح ؟

نعم (١) لا (٢) لا رأى له (٣)

ملحق رقم (٢)

مدى المعرفة لموضوع الدراسة :

استمارة البحث

١- الدولة مهتمة لليومين دول بموضوع اسمه الدعم يلترى سمعت عن الموضوع ده قبل

كده ؟

نعم (١) أسأل (٢)

لا (٢) انتقل إلى تعريف الدعم

٢- وتعرف نقولى ايه هو الدعم ؟

- ساهمت الدولة بمبالغ من عندها لتخفيض اسعار السلع الاساسية (١)

- دعم سلعة معينة لتوصيلها لمحدودى الدخل بسعر معقول (٢)

- تثبيت بعض اسعار السلع ووجودها بالسوق المحلي (٣)

٣- وعندك فكرة بيكلف الدولة إيه ؟

تقدير صحيح (١)

تقدير خاطئ (٢)

تعريف الدعم :

الدعم باختصار هو أن الدولة تساعد من عندها بمبالغ تخفض بها أثمان الحاجات الاساسية علشان تقدر الناس يشتريها بسعر مناسب زى مثلا السلع الللى الواحد بياخذها ببطاقة التموين أو الللى بيشتريها من الجمعية للتعاونية أو حاجات تانية سعرها منخفض زى العيش والبتولجاز الللى ممكن يبقى سعرها أعلى لو الدولة ما ساعدتش من عندها لتخفيض أسعارها .

الاستفادة من خدمات الدعم :

٤- وبالنسبة لك يلترى بتشتري حاجات بتلخد دعم ؟

نعم (١)

لا (٢)

٥- وياه هي الحاجة دى ؟

سكر - زيت - صلبون - أرز - شاي - عيش - بتولجاز

* إذا كانت إجابة المفحوص حول مبلغ الـ ٢٠٠٠ مليون بارتفاع أو انخفاض ١٠٠ مليون

تعتبر الاجلدة صحيحة وإذا اختلفت عند ذلك تعد خاطئة.

٦- هل قولك شوية حاجات بتأخذ دعم وإيذك نقوللى تأخذ دعم وتفضل على سعرها ولا تأخذ دعم ويرتفع سعرها شوية ولا تخرج خالص من الدعم ويبقى لها أكثر من سعر؟
والملح دي هي :

السلع	تأخذ دعم وتفضل على سعرها (١)	تأخذ دعم ويرتفع سعرها شوية (٢)	تخرج من الدعم (٣)
١- العيش			
٢- السكر			
٣- البوتاجاز			
٤- الشاي			
٥- الصابون			
٦- اللحم			
٧- الأرز			
٨- الزيت			
٩- العدس			
١٠- الفول			
١١- الأسمدة			
١٢- الكمب			

٧- تفكر السلع التي تدعمها الدولة هي السلع الضرورية جدا الى الناس ماتقدرش تستغنى عنها ؟

نعم (١)

لا (٢)

أخرى تذكر (٣)

(#) لا يطبق البنود ١١ ، ١٢ أى الأسمدة والكمب الاعلى المزارعين فقط.

٨- أنت شايف أن فيه سلع أساسية مش بتلخد دعم ومفروض أن الدولة تساعد من عندها في تخفيض أسعارها ؟

نعم (١) أسأل (٩)

لا (٢) أسأل (١٠)

٩- إيه هي السلع دي ؟

١٠- ياترى بيحصل أنك تشتري حاجات من اللي ولخدة دعم وترميها لأنها طلعت زيادة عن حاجتك أو لآنك كنت خليف ماتلاقيهاش ؟

نعم (١)

لا (٢)

أخرى تذكر (٣)

١١- في رأيك فيه ناس يستفيد من الدعم من غير ما تستحق ؟

نعم (١)

لا (٢)

أخرى تذكر (٣)

١٢- ومين الناس دول ؟

(١) أصحاب الدخول المرتفعة

(٢) أصحاب الدخول المتوسطة

(٣) أصحاب الدخول المنخفضة

١٣- علشان نضمن مساعدة الناس اللي دخلها قليل فيه اقتراح بيقول أن الدعم يتنلى

وترتفع أجور موظفي وعمال الحكومة وأصحاب المعاشات بس ده هيزود الاسعار ياترى

توافق على الرأي ده ؟

أوافق (١)

لا أوافق (٢)

أخرى تذكر (٣)

١٤- لو وصلك بونات شهرية تضمن بيها أنك تأخذ سلع مدصة خارج البطاقة، يكون ده حل كويس؟

نعم (١)

لا (٢)

١٥- ويا ترى توافق على الاقتراح اللي بيقول أن الواحد ياخذ السلع المدصة بالبطاقة من

البقال للتصوينى ؟

يوافق (١)

لا يوافق (٢)

أخرى تذكر (٣)

١٦- فيه ناس بتفكر فى حل لمشكلة الدعم بس مش حيبان فائدته إلا بعد ثلاث أو أربع

سنين وهو أن الدعم يتلغى ويستفيد بالفلوس اللي كانت بتتصرف عليه فى فتح مصانع

جديدة أو تصليح أرض عشان نزود الانتاج ياترى توافق على الاقتراح ده؟

أوافق (١)

لاأوافق (٢)

١٧- تفكر لو الدعم استمر - الحكومة ممكن تجيب فلوس علشانه منين :

(تعليمات للفاحص - يتم طرح البدائل الثلاث للمفحوص مرة واحد عقب طرح السؤال)

١- زيادة الضرائب على الاغنياء

٢- زيادة الجمارك على السلع

٣- نزود اسعار الكمالية

٤- أخرى تذكر

١٨- عندك اقتراحات ثالثة تضمن بيها أن الدعم يوصل لمستحقه فعلا ؟

نعم (١)

لا (٢)

١٩- وياه هي الاقتراحات دي ؟

ملحق رقم (٣)

--	--	--	--

المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية
جهاز قياس الرأي العام

استطلاع رأي بخصوص مشروع
قانون تنظيم العلاقة بين المالك والمستأجر
في الأرض الزراعية

--

المحافظة

المركز

القرية

--

تاريخ تطبيق الاستمارة

--

اسم الباحث

--

اسم المراجع

وضع الحائز

١- مالك

٢- مستأجر نقدا

٣- مستأجر مزارعة

٤- مستأجر نقدا ومزارعة

٥- مالك ومستأجر مزارعة في نفس الوقت

حجم الحيازة

مستأجر	مالك	فئات الحيازة
		١- أقل من فدان
		٢- من فدان إلى أقل من ٢ فدان
		٣- من ٢ فدان إلى أقل من ٣ أفدنة
		٤- من ٣ أفدنة إلى أقل من ٤ أفدنة
		٥- من ٤ أفدنة إلى أقل من ٥ أفدنة
		٦- من ٥ أفدنة إلى أقل من ١٠ أفدنة
		٧- من ١٠ أفدنة إلى أقل من ٢٠ فدانا
		٨- من ٢٠ فدانا إلى أقل من ٥٠ فدانا فأكثر
		٩- ٥٠ فدانا فأكثر

١- الحكومة بتفكر تصدر قانون جديد ينظم ملكية الأرض الزراعية وإيجارها

سمعت عن هذا الموضوع ؟

١- نعم

٢- لا

٢- سمعت عنه أين ؟

١- الإذاعة

٢- التلفزيون

٤- للصحافة

٨- أصحاب ومعارف

١٦- الجمعية التعاونية

٣٢- أخرى

٣- سمعت عنه إيه؟

١- زيادة القيمة الإيجارية

٢- الأخذ بنظام للمزارعة

٤- عدم توريث عقد الإيجار

٨- حق تصرف المالك في ملكيته المؤجرة وتعويض المستأجر

١٦- أخرى

٤- أنت شاييف إن فيه ضرورة إن الحكومة تصدر القانون ده ؟

١- نعم

٢- لا

(من لجاب لا يسأل ٦)

٥- ليه ؟

١- يحصل المالك على عائد مجز من تأجير أرض.

٢- يحصل المالك على حقه في التصرف في أرضه.

٣- للحد من الخلافات بين المالك والمستأجر.

٤- لكي يختفى الإيجار من الباطن.

٥- لزيادة إنتاجية الأرض.

٦- للحد من تجريف الأرض وتحويلها إلى أرض مبنى.

(ينتقل إلى س٧)

٦- ليه ؟

١- لكي يحصل المستأجر على عقد من أرضه.

٢- لكي يهتم الفلاح بأرضه ويزيد الإنتاجية.

٤- لكي لا تتور خلافات بين المالك والمستأجر.

٨- لكي لا يكون للمالك حق التصرف في أرضه.

١٦- أخرى تذكر.

٧- أنت عنك أرض زراعية ملك ؟

١- نعم

٢- لا

(من لجاب بلا يسأل س١١)

☐

٨- ياترى الأرض دى فى حيازتك واللا ملجرها لحد ؟

١- فى حيازته.

٢- يؤجرها .

☐

٩- ياترى الأرض دى وارثها واللا يارثها؟

١- يرث .

٢- شراء.

٣- يرث وشراء.

☐

١٠ - بقى لها أد إيه فى حيازتك؟

١- قبل سنة ١٩٥٢.

٢- من سنة ١٩٥٢ - ١٩٦٢.

٣- من السنة ١٩٦٢ - ١٩٧٠.

٤- بعد سنة ١٩٧٠.

(ينتقل إلى س١٥)

☐

١١- عندك أرض زراعية فى حيازتك بالإيجار ؟

١- نعم

٢- لا

☐

١٢- والأرض دى أجزتها بنفسك واللا ورثت عقد إيجارها؟

١- أجزها بنفسه.

٢- ورث عقد إيجارها.

☐

١٣- ياترى بقى لها أد إيه فى حيازتك؟

١- قبل ١٩٥٢.

٢- من ٥٢-٦٢.

٣- من ٦٢-٧٠.

٤- بعد ١٩٧٠.

☐

١٤- معاك عقد إيجار ؟

١- نعم

٢- لا

١٥- إنت شايك إن الإيجار النقدي أفضل واللا المزارعة

١- النقدي.

٢- للمزارعة.

١٦- الأرض دي بتزرعها بنفسك؟

١- نعم

٢- لا

١٧- الأرض دي بتزرعها إيه؟

١- فاكهة وخضر

٢- محاصيل دورة زراعية

٣- أخرى تذكر

١٨- ياترى رأيك إن إيجار الأرض يفضل زى ما هو دلوقتى؟ واللا يزيد؟

١- يظل كما هو حاليا

٢- يزيد

(لمن أجاب يزيد)

١٩- طيب يزيد قد إيه ؟

١- مرة كمان

٢- مرتين

٣- ثلاث مرات

٤- أخرى تذكر

٢٠- طيب القاتون اللي الحكومة بتفكر فيه ده عايز يزود إيجار الأرض

مرة كمان كده إيه رأيك؟

١- موافق

٢- غير موافق

٣- لا رأى له

(من أجاب بغير موافق يسأل س٢٢)

٢١- موافق ليه ؟

١- لكى تحقق العدالة بالنسبة للمالك .

٢- لحل المشاكل بين المالك والمستأجر

٤- لزيادة إنتاجية الأرض.

٨- للحد من تجريف الأرض أو تحويلها إلى مبنى

١٦- أخرى تذكر

٢٢- مش موافق ليه ؟

١- لأن هذه الزيادة لا تحقق العدالة بالنسبة للمالك.

٢- لأن هذه الزيادة لا تحقق للعدالة بالنسبة للمستأجر.

٣- أخرى تذكر.

٢٣- ياترى فى رأيك إن عقد إيجار الأرض يبقى له مدة محددة

يتجدد بعدها. وللا يفضل مستمر على طول ؟

١- يكون له مدة محددة

٢- مستمر

٣- لا رأى له

(يحال إلى س٢٥ من أجب مستمر)

٢٤- أيه مده محددة ؟

١- ليتمكن المالك من التصرف فى أرضه.

٢- يعطى المالك فرصة لزراعة الأرض.

٤- ليكون للمالك الحق فى إعادة تأجير الأرض.

٨- لكى يهتم الفلاح بأرضه ويزيد الإنتاج.

١٦- أخرى تذكر.

(ينقل إلى س٢٦)

٢٥- أيه العقد يستمر ؟

١- لكى يشعر الفلاح بالاستقرار.

٢- لكى يزيد إنتاج الأرض.

٤- حتى لا تتور خلاقات بين الطرفين.

٨- أخرى تذكر.

٢٦- إليه رأيك في إن عقد الإيجار لا يورث إلا كان بين المستأجر

المتوفى هو الذي يزرع الأرض ؟

١- أوافق

٢- لا أوافق .

٣- لا رأى له

(يحال إلى س٢٨ من أجاب بغير موافق)

٢٧- إليه ؟

١- لى لا تنتفتت الحياة

٢- ليحصل المالك على حقه

٤- يحل كثير من الخلاقات بين المالك والمستأجرين.

٨- أفضل للاهتمام بالأرض للزراعية.

١٦- أخرى تذكر

٢٨- إليه مش موافق ؟

١- إن يشعر المستأجر بالامان.

٢- سيجعل الفلاح أرضه للزراعية.

٤- سيؤدى إلى زيادة العمال الزراعيين الأجر.

٨- يزيد الخلاقات بين المالك والمستأجرين.

١٦- أخرى تذكر.

٢٩- في رأيك نظام المزارعة يحقق مصلحة المالك واللامستأجر

الأرض واللا يحقق مصلحتهم هما الإثنين ؟

١- مصلحة المالك

٢- مصلحة المستأجر.

٣- مصلحة الإثنين معا

٤- لا رأى له

٣٠- فى اقتراح أن الإيجار النقدي للأرض يتحول لإيجار بالمزارعة

يقتري توافق على كده ؟

١- أوافق

٢- لاأوافق

٣- لاأرى له

(بحال إلى م٣٢ من أجاب غير موافق)

٣١- ياترى موافق ليه؟

١- نظام عادل

٢- يزيد من إنتاجية الأرض للزراعية

٣- يحل مشاكل للقانون للحالى

٤- أخرى تذكر

٣٢- ياترى ليه مش موافق ؟

١- نظام يظلم المستأجر

٢- يحول للمستأجر إلى عامل أجبر

٤- يركز ملكية الأرض فى أيدي عدد قليل من الملاك

٨- يزيد من تكاليف الإنتاج

١٦- أخرى تذكر

٣٣- رأيك إيه فى أن مالك الأرض يبقى له الحق فى إيه

يتصرف فى أرضه ويبيعها لكن بشرط أن شراء الأرض

دى تكون للمستأجر ؟

١- أوافق

٢- لا أوافق

٣- لاأرى له

(يسأل السؤال التالى من أجاب أنه غير موافق)

٣٤- ياترى ليه مش موافق ؟

١- ارتفاع سعر الأرض.

٢- عدم توفر المبلغ الكافى.

٣- إثارة مشاكل بين المالك والمستأجر.

٨- أخرى تذكر

٣٥- إيه رأيك إن المالك يسترد أرضه فى مقابل دفع تعويض للمستأجر؟

١- لوافق

٢- لا أوافق

(من أجاب لوافق يسأل السؤال التالى)

٣٦- توافق على أن قيمة التعويض دى تكون على أى أساس ؟

١- نسبة ١٠-١٥٪ من قيمة عقد البيع

٢- على أساس القيمة الإيجارية لمدة ١٥ عاما.

٣- للتعويض بما يعادل إجمالى القيمة الإيجارية التى دفعه المستأجر خلال فترة بقائه فى

الأرض محسوبة على أساس آخر قيمة إيجارية ؟ (للقيمة الإيجارية للأرض فى السنة

الأخيرة x عدد السنوات الإيجار)

٣٧- يترى فى رأيك عموماً كده القانون الذى الحكومة بتفكر فيه هيقضى

مصلحتك ؟

١- نعم

٢- لا

٣- لا رأى له

٣٨- يترى فيه خلافات بينك وبين المالك (أو المستأجر) ؟

١- نعم

٢- لا

٣٩- طيب فى رأيك القانون ده ممكن يقلل من الخلافات بين ملاك

الأرض والمستأجرين ولايزودها ؟

١- يقلل من الخلافات

٢- يزيد من الخلافات

٣- لا رأى له

٤٠- تفكر إن التغيرات التي القانون ده بيقتكر فيها حتخلي الفلاحين

يهتموا أكثر بأرضهم ؟

١- نعم

٢- لا

٣- لا رأى له

٤١- في رأيك القانون ده لللى الحكومة بتفكر فيه يحقق

العدالة أكثر من القانون الحالى ماشى دلوقتى ؟

١- الذى تفكر فيه للحكومة أكثر عدالة

٢- القانون الحالى

٣- لا رأى له

٤٢- عندك أى الاقتراح تحب تضيفه للقانون علشان يكون أحسن

أ- اقتراح بخصوص قيمة الايجار

١- نعم

٢- لا

ما هو ؟

ب - اقتراح بخصوص توريث عقد الإيجار

١- نعم

٢- لا

ما هو ؟

ج - اقتراح بخصوص نظام المزارعة

١- نعم

٢- لا

ما هو ؟

د - اقتراح بخصوص حق تصرف المالك فى ملكيته للمؤجرة وتعويض

المستأجر .

١- نعم

٢- لا

ما هو ؟

مقترحات أخرى

☐

٤٣- ياترى إنت عضو فى حزب من الأحزاب ؟

١- نعم ٢- لا

(من اجاب نعم يسأل ٤٤)

☐

٤٤- عضو فى حزب إيه ؟

١- الوطنى ٢- الوفد ٣- التجمع

٤- الأحرار ٥- العمل ٦- الأمة

☐

٤٥- إنت عضو فى المجلس المحلى ؟

١- نعم ٢- لا

☐

٤٦- إنت عضو فى الجمعية التعاونية ؟

١- نعم ٢- لا

البيانات الأساسية

الاسم:

النوع:

١- ذكر

٢- أنثى

العمر :

١- أقل من ٢٠

٢- ٢٠-٣٠

٣- ٣٠-٤٠

٤- ٤٠-٥٠

٥- ٥٠-٦٠

٦- ٦٠ فأكثر

النشاط الإقتصادي :

١-

٢-

٣-

٤-

مستوى التعليم :

١- أمي.

٢- يقرأ ويكتب.

٣- حاصل على الشهادة الابتدائية .

٤- حاصل على الشهادة الإعدادية .

٥- حاصل على الشهادة الثانوية العامة.

٦- حاصل على تعليم فني.

٧- شهادة جامعية.

٨- فوق الجامعي (أعلى)

المحتويات

٥	المقدمة
١١	□ الفصل الأول: الرأى العام مدخل نظرى
١٥	● المبحث الأول - تطور دراسة الرأى العام
٢١	● المبحث الثانى - النموذج المعرفى ودراسة الرأى العام
٢٩	● المبحث الثالث - النموذج الوظيفى ودراسة الرأى العام
	● المبحث الرابع - نموذج التفاعلية الرمزية
٣٩	(بناء المعنى) ودراسة الرأى العام
	● المبحث الخامس - نموذج للتغيير الانسانى " للنموذج النقدى "
٤٥	ودراسة الرأى العام
٥٩	● التعريف الذى نتبناه الدراسة
٦١	● مراجع وهواش للفصل الأول
٧٣	□ الفصل الثانى : اشكاليات قياس الرأى العام
٧٥	● المبحث الأول - نشأة وتطور استطلاعات الرأى العام
٨٥	● المبحث الثانى - استطلاعات الرأى العام بين المعارضين والمؤيدين
٨٦	١- رفض استطلاعات الرأى العام
٨٨	٢- التأييد المشروط لاستطلاعات الرأى العام
٩٠	٣- التأييد المتحمس لاستطلاعات الرأى العام
٩٢	٤- الموقف العملى أو البرجماتى
٩٤	٥- نقاط الاتفاق بين مؤيدى ومعارضى الاستطلاعات
٩٦	● المبحث الثالث : اشكاليات منهجية ومهنية فى قياس الرأى العام
٩٩	أولاً : اشكاليات القياس فى العلوم الإدارية
١٠١	ثانياً : اشكاليات قياس الرأى العام
١٠٢	الاختلافات الثقافية وقياس الرأى العام
١٠٥	لجراوات وأساليب قياس الرأى العام

١٠٦	١- اختيار موضوع الاستطلاع
١٠٧	ب- عينة الاستطلاع
١٠٩	ج- استمارة جمع البيانات
١١٢	د- تحليل الاستمارة
١١٣	هـ- تحليل البيانات
١١٤	و- عرض النتائج
١١٥	٣- القواعد المهنية لقياس الرأى العام
١١٩	٤- رؤية الباحث لقياس الرأى العام
١٢١	□ مراجع وهوامش الفصل الثانى

□ الفصل الثالث: قياس الرأى العام فى مصر مع تحليل

١٣٣	لنماذج من استطلاعات الرأى العام
١٣٥	• المبحث الأول: اشكاليات قياس الرأى العام فى دول الجنوب
١٣٦	- أولاً: خصوصية الرأى العام فى دول الجنوب
١٤٢	- ثانياً: امكانيات قياسات الرأى العام فى دول الجنوب
١٤٦	• المبحث الثانى : قياس للرأى العام فى دول الجنوب
١٤٨	- أولاً: مراكز وهيئات قياس الرأى العام
١٥٥	- ثانياً: رؤية عامة لمستقبل قياس الرأى العام فى مصر
	□ المبحث الثالث : تحليل لنماذج من استطلاعات الرأى العام التى قام

١٥٨	بها المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية
١٥٩	- أولاً : عينة من استطلاعات الجهاز
١٦١	ثانياً: تحليل استطلاع اتجاهات الرأى العام
١٦١	١- اختيار الموضوع
١٦٤	٢- عينة الاستطلاع
١٦٥	٣- استمارة جمع للبيانات
١٦٩	٤- تطبيق الاستمارة
١٦٩	٥- تحليل البيانات
	- ثالثاً: تحليل استطلاع للرأى العام حول قضية وصول الدعم
١٧١	إلى مستحقة

هذا الكتاب

لعل هذا الكتاب هو الدراسة الاولى باللغة العربية التى نتناول إشكاليات قياس الرأى العام على هذا النحو المتعمق. فالكتاب يعرض بصورة نقدية لكافة جوانب هذه الإشكاليات من نواحى المنهجية والمعرفية والأخلاقية، مناقشا وجهات النظر المختلفة والمواقف المتشابهة حول استطلاعات الرأى العام ومدى تبعيتها أو تخلصها من الضغوط والتحيز والتزييف لادارة الرأى العام وصلة ذلك كله بمدى تمسك القوي المسيطرة على المجتمع - وكذلك الباحثين - بالقيم الديمقراطية والأخلاقية السليمة.

والقارئ لهذا الكتاب يجد فيه عملاً قيماً يعكس ثقافة مجتمعية واعية ، وعمقاً فكرياً أصيلاً، وحرصاً من الباحث على ارتياد الجديد والمفيد مهما لقي من صعوبات وجهد.

الناشر



ISBN 977 - 287 - 105 - X

دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع

٥٠ شارع الشيخ ربحان - الدور الأول - شقة ١٢

٢٥٥٤٢٢٩ ☎ القاهرة - عابدين